



## La stratégie ARTactif



Engagé dans la vente d'œuvres d'art sur le Net, le site ARTactif, à Strasbourg, fait peau neuve et propose une stratégie innovante de conquête du marché en ligne.

« Vous ne le connaissez pas encore, mais Éric vous connaît déjà tous ! » Non, Éric n'est pas le nom d'un logiciel, mais celui du directeur artistique d'ARTactif, galerie d'art en ligne rachetée en 2018 par l'agence publicitaire strasbourgeoise SCRIBE. Les fondateurs rassurent ainsi les 48 000 auteurs et 3 000 galeristes déjà inscrits à cet « annuaire officiel des artistes contemporains ». Leur travail ne sera pas juste versé dans un pot-pourri virtuel, mais bénéficie d'une attention réelle.

« Éric Sembach a passé en revue les 300 000 œuvres présentées sur le site dont nous avons racheté la base de données à Joël Rivière », souligne le responsable d'ARTactif, Jean-Luc Kopp, aux commandes de SCRIBE. « À l'origine il s'agissait d'un catalogue-annuaire imprimé, puis digitalisé en 1995. Depuis un an, Eric Sembach en a fait non seulement un site de rencontre virtuelle entre artistes et collectionneurs, mais aussi un lieu de débats au sujet de l'art ».

Une fois par mois sur le site paraît en effet le Magazine des artistes qui met en valeur certains peintres ou sculpteurs maison. Une revue vidéo de la presse écrite sur l'art est disponible pour les abonnés.

Constituer une immense base de données

L'inscription simple est gratuite pour les artistes. Tous peuvent y présenter une œuvre et une petite biographie. Au-delà de ce service de base, plusieurs formules d'abonnement sont proposées qui vont jusqu'à prendre en charge toute la promotion de l'artiste : book digital, dossier de presse, promo sur les réseaux sociaux, évaluation et ventes aux enchères, etc.

Dans un contexte de concurrence accrue entre les galeries en ligne, cette politique vise à attirer le plus grand nombre d'artistes et de collectionneurs pour constituer une immense base de données : « Nous n'avons pas une politique éditoriale sélective, confirme Eric Sembach, on a des artistes cotés comme des amateurs. » L'idée serait d'étendre le service à d'autres pays européens et dans le monde.

Abattre les frontières entre l'art promu par le cercle fermé des galeries et le grand vivier d'artistes hors système pourrait contribuer, d'après Eric Sembach, à la découverte de talents insoupçonnés. Le problème c'est que cette « démocratisation » crée aussi une saturation de l'offre qui finit par noyer l'originalité des œuvres.

Art'actif répond à ce défi en installant sur son site le logiciel Genius qui permet aux visiteurs d'opérer une sélection d'œuvres à visionner en indiquant trois noms de peintres ou de sculpteurs préférés dans l'histoire de l'art, y compris contemporain. Paradoxe ! Eric Sembach et Jean-Luc Kopp disent que leur initiative vise à dénicher des vraies surprises d'originalité.

« Nous sommes des marchands du Temple, mais pas que... », insiste Eric Sembach. On expérimente dans un domaine très concurrentiel et on fait des compromis. On est tout de même persuadés de rendre un vrai service aux artistes qui ont besoin de visibilité ! »



## La stratégie ARTactif



Engagé dans la vente d'œuvres d'art sur le Net, le site ARTactif, à Strasbourg, fait peau neuve et propose une stratégie innovante de conquête du marché en ligne.

« Vous ne le connaissez pas encore, mais Éric vous connaît déjà tous! » Non, Éric n'est pas le nom d'un logiciel, mais celui du directeur artistique d'ARTactif, galerie d'art en ligne rachetée en 2018 par l'agence publicitaire strasbourgeoise SCRIBE. Les fondateurs rassurent ainsi les 48 000 auteurs et 3 000 galeristes déjà inscrits à cet « annuaire officiel des artistes contemporains ». Leur travail ne sera pas juste versé dans un pot-pourri virtuel, mais bénéficie d'une attention réelle.

« Éric Sembach a passé en revue les 300 000 œuvres présentées sur le site dont nous avons racheté la base de données à Joël Rivière », souligne le responsable d'ARTactif, Jean-Luc Kopp, aux commandes de SCRIBE. « À l'origine il s'agissait d'un catalogue-annuaire imprimé, puis digitalisé en 1995. Depuis un an, Eric Sembach en a fait non seulement un site de rencontre virtuelle entre artistes et collectionneurs, mais aussi un lieu de débats au sujet de l'art ».

Une fois par mois sur le site paraît en effet le Magazine des artistes qui met en valeur certains peintres ou sculpteurs maison. Une revue vidéo de la presse écrite sur l'art est disponible pour les abonnés.

Constituer une immense base de données

L'inscription simple est gratuite pour les artistes. Tous peuvent y présenter une œuvre et une petite biographie. Au-delà de ce service de base, plusieurs formules d'abonnement sont proposées qui vont jusqu'à prendre en charge toute la promotion de l'artiste : book digital, dossier de presse, promo sur les réseaux sociaux, évaluation et ventes aux enchères, etc.

Dans un contexte de concurrence accrue entre les galeries en ligne, cette politique vise à attirer le plus grand nombre d'artistes et de collectionneurs pour constituer une immense base de données : « Nous n'avons pas une politique éditoriale sélective, confirme Eric Sembach, on a des artistes cotés comme des amateurs. » L'idée serait d'étendre le service à d'autres pays européens et dans le monde.

Abattre les frontières entre l'art promu par le cercle fermé des galeries et le grand vivier d'artistes hors système pourrait contribuer, d'après Eric Sembach, à la découverte de talents insoupçonnés. Le problème c'est que cette « démocratisation » crée aussi une saturation de l'offre qui finit par noyer l'originalité des œuvres.

Art'actif répond à ce défi en installant sur son site le logiciel Genius qui permet aux visiteurs d'opérer une sélection d'œuvres à visionner en indiquant trois noms de peintres ou de sculpteurs préférés dans l'histoire de l'art, y compris contemporain. Paradoxe! Eric Sembach et Jean-Luc Kopp disent que leur initiative vise à dénicher des vraies surprises d'originalité.

« Nous sommes des marchands du Temple, mais pas que... », insiste Eric Sembach. On expérimente dans un domaine très concurrentiel et on fait des compromis. On est tout de même persuadés de rendre un vrai service aux artistes qui ont besoin de visibilité! »