

Ce n'est pas un hasard si Michelle Auboiron apparaît régulièrement dans nos pages. Prolifique, l'artiste sait aussi susciter l'intérêt autour de son œuvre : style identifiable, expos régulières, le tout relayé par son site internet. Un art en soi, que l'artiste décrypte pour nous.



Par Céline Chevallier.
Photos : Céline Chevallier, Charles Guy.

Artistes

Comment trouver son public

Michelle Auboiron sait que pour trouver sa place dans le monde de l'art, créer sa propre identité est fondamental. Une erreur courante consiste à s'éparpiller dans des techniques variées et un trop large éventail de thèmes. Le public s'y perd. « En art, tout a été fait, tranche l'artiste. Il faut savoir se démarquer et fédérer autour de son travail. Aujourd'hui, je vends ma peinture parce que des gens me suivent. Je suis reconnue pour ma manière de travailler, la même depuis des années. Je veille à rester cohérente dans mon fonctionnement, même s'il est toujours bienvenu de surprendre son public. »

UN JOUR, UNE TOILE

Devant le peu d'intérêt que lui ont porté les galeries parisiennes à ses débuts, et pour protester contre les diktats de la culture, l'artiste a choisi la rue comme moyen d'expression. En 1987, Michelle Auboiron installe ses toiles dans les rues de la capitale, et propose son art aux regards des passants. Elle peint en direct. Au gré

du temps, ce fonctionnement devient le cœur de son propos. « L'idée est vraiment de montrer ma manière de travailler, plus encore que ma peinture elle-même ». Michelle Auboiron peint au cours de voyages annuels d'un mois, plus des séries en France. Elle a déjà œuvré à la Défense, Hong Kong, La Havane ou Shanghai. L'artiste sait y faire pour impliquer son public.

« Mettre son travail en action est la condition pour vivre de son art. »

FÉDÉRER SON PUBLIC

Internet est désormais incontournable pour rester en contact avec son public. Au cours des expéditions de l'artiste, son site est mis à jour quotidiennement. On peut y découvrir le tableau du jour, ses commentaires et les reportages de son compagnon, le photographe Charles Guy. Une performance éprouvante qui doit encore être mise à profit à son retour. Michelle Auboiron doit alors montrer son travail, le faire vivre. Monter une exposition, contacter des galeries, informer le public ou éditer des plaquettes de présentation : elle s'occupe de tout. Pour diminuer les coûts, elle procède à des échanges, crée des partenariats. Rien n'est laissé au hasard. Une manière d'affirmer son identité et de vendre ses tableaux. ■

Les 4 règles d'or

1. Créer des événements

SHANGHAI. La peinture en action est la marque de fabrique de l'artiste. À Shanghai, en 2005, Michelle Auboiron réalise ainsi 35 peintures « live » en différents endroits, et ce en 8 semaines. Le public assiste, fasciné, à la naissance d'une œuvre monumentale.



Photo Charles Guy

PARIS. Chaque série d'œuvres donne systématiquement lieu à une exposition. En mai 2009 est ainsi organisée, à la galerie Kiron (Paris XI^e), l'exposition des 20 toiles peintes durant l'hiver précédent à La Défense, sous le titre « Secrets Défense ». Écrans et photographies relatent l'aventure urbaine de Michelle Auboiron.



Photo Charles Guy

2. Proposer des produits dérivés

• **Reproductions.** Affiches, cartes, marque-pages édités à partir de ses œuvres permettent à l'artiste d'élargir sa clientèle. Plus abordables que des toiles, ils sont un moyen de toucher un plus grand nombre de personnes. Les cartes de visite personnalisées sont incontournables.

• **Publications.** La peintre conçoit et met en page une plaquette des œuvres de chaque exposition. Elle a également organisé la publication de plusieurs livres (voir page 74). L'artiste tient à montrer sa peinture à travers les images saisies sur le vif par son compagnon Charles Guy. Une manière de renforcer encore son propos : « La peinture en action ».



www.auboiron.com

www.auboiron.com



3. Affirmer son identité

• **Le site internet.** Il est LE média incontournable pour communiquer autour de son travail. Ce n'est pas seulement une vitrine, mais un moyen de s'exprimer. Il permet de présenter son parcours, mettre en valeur ses tableaux, et affirmer son identité.

• **Montrer ses toiles.** La manière dont on montre son travail reflète la valeur qu'on lui accorde. De retour de voyage, Michelle Auboiron choisit toujours de montrer son travail dans son intégralité. Cela correspond à son fonctionnement : « Un voyage, une série de tableaux ».

4. Fidéliser son public

• **Être cohérent.** Créer des liens durables passe avant tout par la continuité de ce qu'on propose au public. Il doit pouvoir se retrouver autour d'une logique. Tout en sachant innover et surprendre, ne pas trahir sa clientèle en est la clé.

• **Communiquer.** À travers son site internet, l'artiste a tout intérêt à informer son public de ses actualités : expositions, prix, nouvelles œuvres ou encore stages. La lettre d'information ou newsletter permet l'envoi de courriers électroniques à tous les abonnés.

• **Garder le contact.** Chaque rencontre est importante. Récupérer systématiquement les coordonnées afin de relancer et d'informer est un bon moyen d'entretenir le lien.

• **Privilégier ses clients les plus fidèles.** Il est important de soigner ses meilleurs clients. Leur prouver leur importance renforce les liens. Cela peut passer par des réductions de prix sur les toiles, ou par l'exclusivité des dernières œuvres par exemple. Dans tous les cas, le client doit se sentir considéré.

CONTACT
RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE :
www.pratiquedesarts.com