



A GUIDE TO PRICING YOUR ARTWORK

UN GUIDE POUR ÉTABLIR LE PRIX DE VOS ŒUVRES D'ART



Registered Trade-mark owned by the Government of the Northwest Territories



Cette marque est enregistrée et est la propriété du Gouvernement des Territoires du Nord-Ouest

March 2017 | Mars 2017

CONTENTS

Introduction	4
Things to Consider	6
Determining Price	10
Consistent Pricing	14
Ways to Sell Your Art	16
The NWT Arts Program	24

Photos Front Cover

1. Jennifer Lam, Inuvik
2. Mary Jane Nigiyok, Ulukhaktok
3. Margaret Vittrekwa, Fort McPherson
4. Terrance Pamplin, Yellowknife
5. Susie Malgokak, Ulukhaktok



TABLE DES MATIÈRES

Introduction	5
Points à prendre en compte	7
Le bon prix	11
Tarification cohérente	15
Vente de votre art.....	17
Programme Arts TNO	25

Photos de la couverture

1. Jennifer Lam, Inuvik
2. Mary Jane Nigiyok, Ulukhaktok
3. Margaret Vittrekwa, Fort McPherson
4. Terrance Pamplin, Yellowknife
5. Susie Malgokak, Ulukhaktok



INTRODUCTION

What is my art worth?

How to price your artwork is often one of the toughest questions. There are many factors that determine what the price of your work should be. This guide will walk you through some of the factors to consider, as well as provide some valuable guidelines to help price your work.

To help explain our information, we will use the example of Nancy and the mukluks she is hoping to sell.

Nancy lives in a small community in the NWT and creates traditional mukluks in her home. She sews in her spare time and when her young children are at school. Nancy has just finished sewing a high quality pair of beaded moosehide mukluks with beaver trim.

Let's follow her through the process as she determines their price and how she will sell them.



INTRODUCTION

Que valent mes œuvres d'art?

Les artistes ont souvent de la difficulté à fixer un prix à leurs œuvres d'art. De nombreux facteurs permettent d'évaluer votre travail. Ce guide expose certains facteurs à prendre en compte et vous donne des recommandations précieuses pour vous aider à fixer un prix à vos œuvres d'art.

Pour mieux vous expliquer le processus, nous nous servirons de l'exemple de Nancy qui espère vendre des mukluks.

Nancy habite dans une petite collectivité ténioise et fabrique des mukluks traditionnelles chez elle. Elle coud pendant son temps libre et quand ses jeunes enfants sont à l'école. Nancy vient juste de terminer une paire de mukluks de qualité supérieure en peau d'orignal, ornées de perles et bordées de fourrure de castor.

Suivons-la dans son processus pour fixer un prix et vendre ses mukluks.



THINGS TO CONSIDER

Arts and fine crafts are considered a luxury item. This means only a small percentage of consumers will be in the market to purchase these items. Your product will compete in the marketplace with other pieces of art.

Be aware of what is happening in the market and price accordingly

The market will determine what you sell and influence what you produce. This is particularly true for artists making arts or crafts of a similar nature (reproduction prints, baskets, etc.). You should research the market to see what other artists are producing, where they are selling it and for how much. Although this is good information, always consider the originality of your own work, the time it took you to make it and where you are in your career.



POINTS À PRENDRE EN COMPTE

Les œuvres d'art et d'artisanat sont considérées comme des articles de luxe. Cela signifie qu'il y a très peu d'acheteurs de ces produits sur le marché. Votre œuvre sera en concurrence avec d'autres œuvres d'art sur ce marché.

Apprenez à connaître le marché et fixez votre prix en conséquence

C'est le marché qui détermine ce que vous vendez et influence vos choix de production, en particulier pour les artistes produisant des œuvres d'art ou d'artisanat de nature similaire (reproductions, paniers, etc.). Faites des recherches sur le marché pour savoir ce que les autres artistes produisent, où ils vendent leurs articles et à quel prix. Prenez également en compte l'originalité de votre œuvre, le temps qu'il vous a fallu pour la terminer et l'évolution de votre carrière.



Produce what you sell, don't sell what you produce

This does not mean you have to compromise your creative efforts. Just be aware of what is selling and what isn't so that you don't end up with too much inventory and not enough sales.

Quality always outweighs quantity

Quality is very important and will create future success for you as an artist. You should always use quality materials and do the best work you can do. It is better to sell fewer good quality products for more money, than it is to sell more poor quality product for less money.

When it is time to increase your prices

When the demand for your art exceeds your ability to produce, you should consider a price increase. Keep track of your sales and ensure you are selling at least half of your inventory prior to increasing prices.



Produisez en fonction de la demande

Cela ne veut pas dire que vous devez compromettre votre créativité. Soyez conscient de ce qui se vend et de ce qui ne se vend pas pour ne pas vous retrouver avec un surplus de stock.

La qualité prime toujours sur la quantité

Pour réussir en tant qu'artiste, c'est la qualité qui compte. Vous devriez toujours utiliser des matières de qualité et faire de votre mieux. Il vaut mieux vendre moins d'articles de qualité pour plus d'argent que plus d'articles pour moins d'argent.

Le bon moment pour augmenter vos prix

Quand la demande dépasse votre capacité à produire, vous devriez songer à augmenter le prix de vos œuvres d'art ou d'artisanat. Faites le suivi de vos ventes et assurez-vous de vendre au moins la moitié de vos stocks avant d'augmenter vos prix.



DETERMINING PRICE

Whether you sell your work on your own or through a retailer, you must first determine a price for your art.

Exhibitions, commissions and gallery representation can all play a role in building your reputation as well as your prices. Other factors include inflation and the availability and cost of materials. Pricing your work too high or too low will have negative impacts on your business, so you really need to research your market and set the right price for your art.



LE BON PRIX

Vous devez déterminer le prix de votre art, que vous le vendiez vous-même ou par l'intermédiaire d'un détaillant.

Les expositions, les commandes et une représentation dans une galerie d'art peuvent établir votre réputation et vous aider à déterminer vos prix. Il faut également prendre en compte l'inflation et la disponibilité ainsi que le coût de votre matériel. Un prix trop élevé ou trop bas pourrait avoir des répercussions négatives sur votre activité; vous devez donc faire des recherches approfondies sur le marché et déterminer le bon prix de vos œuvres d'art.



Factors to Consider

1. Labour (your time)

- Estimate an average hourly wage for yourself.

2. Expenses*

- Fixed monthly costs in order for you to be in business – portion of rent, rental of workshop, lights, heat, insurance, etc.
- Tools – how much your tools cost.
- Advertising and promotion – Facebook ads, newspaper, photography, etc.
- Shipping and packing materials.



** To determine your expenses: add your regular monthly expenses together and divide the total by the number of pieces you would like to sell that month. If you have additional expenses for one-of-a-kind pieces, add them to your cost.*

Facteurs à prendre en considération

1. Main-d'œuvre (la durée de votre travail)

- Estimez votre salaire horaire moyen.

2. Charges*

- Frais mensuels fixes nécessaires à votre activité : part du loyer, location d'un atelier, éclairage, chauffage, assurance, etc.
- Prix de vos outils.
- Publicité et promotion : annonces sur Facebook, presse, photos, etc.
- Matériaux d'emballage et d'expédition.



** Pour évaluer vos dépenses, ajoutez vos charges mensuelles régulières et divisez ce montant par le nombre d'œuvres d'art que vous aimeriez vendre au cours de ce mois. Ajoutez à vos coûts toute dépense supplémentaire engagée pour une œuvre unique.*

3. Materials

- How much you spent on materials to make this piece – such as needles, thread, hide, fur, beads, duffle, etc.
- Sometimes you may get materials free of charge. You should still factor in the cost of your materials when pricing each item.

4. Profit

- Your expertise – an additional value you choose to mark up based on your reputation, experience, knowledge of your medium, etc.
- If you create a piece that stands out above the rest of your work, you may want to give this piece a higher price based on its quality or originality. Use your judgment and knowledge of the market to determine a price in these cases.

Labour + Expenses + Materials + Profit = Wholesale Price

Wholesale Price x 2 = Retail (Selling) Price

Nancy calculated the wholesale price of her mukluks to be \$225. She will sell them for the retail price of \$450.



3. Matériel

- Coût du matériel nécessaire pour réaliser vos œuvres : aiguilles, fil, peau, fourrure, perles, feutre, etc.
- Vous pourriez parfois vous procurer du matériel gratuitement. Il faudrait tout de même en prendre en compte le coût dans le prix de chaque article.

4. Profits

- Votre savoir-faire ajoute de la valeur à votre œuvre; cet ajout témoigne de votre réputation, de votre expérience, de la connaissance de votre support, etc.
- Si vous créez une œuvre qui se démarque du reste de votre travail, vous pourriez lui fixer un prix plus élevé en fonction de sa qualité ou de son originalité. Utilisez votre jugement et vos connaissances du marché pour fixer un prix dans cette situation.

Travail + charges* + matériel + profit = prix de gros

Prix de gros $\times 2$ = prix de détail (de vente)

Nancy a établi le prix de gros de ses mukluks à 225 \$. Son prix de vente au détail sera de 450 \$.



CONSISTENT PRICING

It is very important your art sells for a consistent price. The retail price you have calculated is the price of your piece of art, whether you sell it on your own or through a retailer.

This consistency will establish the value of handmade, original works of art in the marketplace, and help you build and maintain your reputation as an artist that creates quality pieces of work.

If you sell your work directly to a customer for less money than the gallery sells the same piece for, you are essentially competing with yourself and them. If you have established your own clientele, you may be satisfied selling your own work directly to customers and may not need or want to go through a gallery. Either way, it is recommended that you always price your work consistently.



Nancy sells her mukluks for \$450 at the craft fair, and a similar pair is sold for \$450 in the local gallery. Nancy has set the standard that her mukluks are valued at \$450.

TARIFICATION COHÉRENTE

Il est très important que vos prix soient cohérents. Le prix de détail que vous avez calculé est le prix de votre œuvre d'art, que vous la vendiez vous-même ou par l'intermédiaire d'un détaillant.

Cette cohérence établira la valeur d'œuvres originales faites à la main sur le marché, et vous aidera à asseoir et à maintenir votre réputation en tant qu'artiste produisant des pièces de qualité.

Si vous vendez une œuvre directement à un client pour moins cher qu'à la galerie qui vend la même œuvre, vous faites essentiellement concurrence à vous-même et à la galerie. Si vous vous êtes constitué votre propre clientèle, vous pourriez vous contenter de vendre vos œuvres directement aux clients sans passer par une galerie. Dans tous les cas, il est recommandé d'établir vos prix de façon cohérente.



Nancy vend ses mukluks 450 \$ à la foire artisanale, et une paire similaire est en vente à 450 \$ dans la galerie locale. Elle a établi la valeur de ses mukluks à 450 \$.

WAYS TO SELL YOUR ART

Now that you have made and priced your work, it's time to sell it. There are four ways to sell your art:

1. Direct

You can sell your art directly to a customer. There are opportunities in your community to sell your art, such as annual craft fairs or art shows. Selling online through your website or Facebook page is also considered direct selling.

At the Christmas Craft Fair, Nancy prices her mukluks for the retail price of \$450.



VENTE DE VOTRE ART

Maintenant que vous avez créé des œuvres d'art et que vous en avez établi le prix, vous pouvez les vendre. Quatre méthodes s'offrent à vous :

1. Vente directe

Vous pouvez vendre vos œuvres directement à un client. Des occasions s'offrent à vous dans votre collectivité pour vendre vos œuvres, notamment dans les foires artisanales annuelles ou les expositions d'art. La vente en ligne sur votre site Web ou sur votre page Facebook est également considérée comme de la vente directe.

Pendant la foire artisanale de Noël, Nancy vend ses mukluks au prix de détail de 450 \$.



2. Retailers

If you are looking for additional ways to sell your work, galleries and gift shops (retailers) can help you do this. However, retailers will need to purchase your work at a wholesale cost, in order for them to cover their own overhead costs.

This means you will sell your piece of artwork for less money to retailers. Typically, you will need to sell your art to them for the wholesale price, which is 50% of your retail price. It is important to know what your retail price is prior to meeting with the retailer. This ensures you don't sell your art for too low of a price.

The retailer will then mark up the price accordingly and sell it to the customer. This is standard practice for all retail businesses in order for them to make a profit.

Ideally this will free you up to make more artwork and increase your sales without having to go out and find buyers yourself. Retailers do the work for you. Galleries and gift shops advertise and work to bring in customers on a regular basis, which can increase your sales.



Nancy sells her mukluks to the local gallery for the wholesale price of \$225. The gallery then sells them for Nancy's retail price of \$450.

2. Détaillants

Si vous souhaitez vendre votre art d'autres manières, les galeries et les boutiques de cadeaux (détaillants) peuvent vous aider. Les détaillants devront toutefois acheter votre art au prix de gros afin de couvrir leurs propres frais généraux.

Ainsi, vous devrez vendre vos œuvres moins cher aux détaillants. En règle générale, vous devrez leur vendre vos œuvres au prix de gros, qui correspond à 50 % de votre prix de détail. Il est important d'avoir une bonne idée de votre prix de détail avant de rencontrer le détaillant. Ainsi, vous ne vendrez pas votre art à un prix trop bas.

Le détaillant augmentera ensuite le prix en conséquence et le vendra à sa clientèle. C'est une pratique normale permettant aux détaillants de réaliser des profits.

Idéalement, vous gagnerez du temps pour créer d'autres œuvres et augmenter vos ventes sans avoir à chercher des acheteurs par vous-même. Les détaillants font le travail pour vous. Les galeries et les boutiques de cadeaux font régulièrement de la publicité et s'efforcent d'attirer des clients, ce qui peut augmenter vos ventes.

Nancy vend ses mukluks à la galerie locale à son prix de gros de 225 \$. La galerie les vend ensuite au prix de détail de 450 \$.



3. Commissions

A customer can pay you to create a specific piece of art for them. Commissioned pieces should be priced with the same considerations in mind. If the commission involves a lot of upfront time or costs to you, it is a good idea to ask for a downpayment before you begin the work.



A client asks Nancy to make a pair of mukluks with green flowers, extra large in size for her son. This will require more moosehide, so Nancy calculates the extra cost and prices them at \$500. Nancy asks her client for a downpayment of \$150 so she can purchase more hide and begin making the mukluks.

3. Commandes

Un client peut vous payer pour créer une œuvre d'art spécifique. Le prix des œuvres commandées devrait être fixé de la même manière. Si la commande nécessite des dépenses initiales ou du travail de préparation, vous pouvez demander un acompte avant de commencer.



Un client demande à Nancy de fabriquer une paire de mukluks de grande taille dotées de fleurs vertes pour son fils. Ce travail nécessitera une plus grande quantité de peau d'original, et Nancy détermine le coût supplémentaire et fixe son prix à 500 \$. Nancy demande à son client un acompte de 150 \$ pour l'achat de peau supplémentaire et commence les mukluks.

4. Consignment Sales

You can enter into an agreement with a gallery to show and sell your work and then pay you once a sale has been made. Consignment rates are negotiable, but the industry standard is usually 50% of the retail price. It should never be higher than that. Consignment agreements should outline items such as insurance, shipping costs, discounts, damage, etc. Payments should be made no later than 30 days after your work has sold.

Consignments are more common with higher end works of fine art that fetch a higher price. Galleries can often not afford to carry large inventories of fine art.

Consignment is not ideal for those wishing to make a regular monthly income from their arts and crafts. They involve diligent record keeping and a high degree of trust. Do your research on the gallery and always have a signed agreement in place.

Nancy approached a new store to sell her mukluks, but the store wouldn't buy them outright. Instead, she agreed to consign her art to the store. The store will price them for \$450 and when they sell, Nancy will get 50% of the retail price, or \$225.



4. Vente en consignation

Vous pouvez négocier un accord avec un galeriste pour qu'il présente et vende votre travail et qu'il vous paie quand une vente est conclue. Les taux de consignation sont négociables, mais les normes du secteur tournent habituellement autour de 50 % du prix de détail. Le taux ne devrait jamais dépasser 50 %. Tout accord de consignation devrait préciser les détails de l'assurance, les frais d'expédition, les réductions, les dégâts éventuels, etc. Vous devez être payé au plus tard 30 jours après la vente de votre œuvre.

La consignation est plus courante pour les œuvres d'art haut de gamme qui se négocient à prix élevés. Bien souvent, les galeries ne peuvent pas se permettre de conserver des stocks importants d'œuvres d'art.

La consignation n'est pas la méthode idéale pour les artistes souhaitant recevoir un revenu mensuel régulier provenant de leurs œuvres d'art et d'artisanat. Elle demande un suivi minutieux de vos comptes et un haut degré de confiance envers le galeriste. Faites des recherches sur la galerie et concluez toujours un accord.

Nancy a proposé à un nouveau magasin de vendre ses mukluks, mais le propriétaire n'a pas voulu les acheter comptant. Elle a donc accepté de laisser ses œuvres en consignation dans le magasin. Le magasin les vendra 450 \$ et Nancy recevra 50 % du prix de détail, soit 225 \$.



THE NWT ARTS PROGRAM

Your art has a story to share. NWT Arts is the storyteller.

The NWT Arts Program promotes arts and fine crafts to local, national and international markets. The Program is available to all NWT artists who create all forms of art, such as traditional and contemporary visual arts and fine crafts, performing arts, literary arts and film/new media art.

All NWT artists are encouraged to register with the NWT Arts Program. If you are not already a member, registration is FREE and EASY!

For more information, contact:

NWT Arts Program

ITI, GNWT

9th Floor Scotia Centre

Box 1320

Yellowknife, NT X1A 2L9

Toll-Free: 1-877-445-2787

F: 1-867-873-0101

E: nwtarts@gov.nt.ca

nwtarts.com



PROGRAMME ARTS TNO

Votre art a une histoire à raconter. Arts TNO vous aide à la partager.

Le programme Arts TNO met en valeur l'art et l'artisanat sur les marchés locaux, nationaux et internationaux. Le programme est ouvert à tous les artistes ténois qui pratiquent toute forme d'art, notamment les arts visuels (traditionnels et contemporains), l'artisanat, les arts du spectacle, les arts littéraires, la cinématographie et l'art des nouveaux médias.

Nous encourageons tous les artistes ténois à s'inscrire au programme Arts TNO.
Si vous n'êtes pas encore inscrit, c'est le moment! L'inscription est simple et gratuite.

Pour obtenir plus de renseignements, communiquez avec :

Service des arts et de l'artisanat

Ministère de l'Industrie, du Tourisme et
de l'Investissement du GTNO

Centre Scotia, 9^e étage

C. P. 1320

Yellowknife NT X1A 2L9

Sans frais : 1-877-445-2787

Télec. : 867-873-0101

Courriel : artstno@gov.nt.ca

artstno.com



Si vous voulez ces informations dans une autre langue officielle, contactez-nous.
French / Français

Tłichq̄ yatı k'ęę. Dı wegodi newq̄ dè, gots'o gone de.
Tłichq̄

Edi gondi dehghá got'ie zhaté k'ëë edat'éh enahddhë nide naxets'ë edahlí.
South Slave / Esclave du Sud

Jii gwandak izhii ginjik vat'atr'ijahch'uu zhit yinohtan ji', diits'at ginohkhii.
Gwich'in

ᑕᑦᑲᑦ ᑎᑎᓂᑲᑦ ᐱᓕᐱᑦ ᐃᑭᑎᑦᑲᓂᓂᓂᑦ, ᑭᓕᑎᓂᑦ ᑭᓂᓕᓕᓂᑦ.

Inuktitut

Aboriginal Languages Secretariat: 867-767-9346 ext. 71037
Francophone Affairs Secretariat: 867-767-9343

nwtarts.com

artstno.com