

Artpoint sort l'art numérique des musées pour le démocratiser

La société, lancée en 2019, par Laurie Bonin et Julie Corver, a pour mission d'apporter l'art numérique dans les hôtels, les bureaux ou chez les retailers. Pour changer d'échelle et lancer une offre de NFT, Artpoint vient de lever 1,2 million d'euros auprès de business angels.

« Nous étions toutes les deux convaincues que le secteur de la culture avait besoin d'être dépoussiéré, que ce serait le prochain secteur qui allait opérer sa grande transformation digitale », confie Laurie Bonin, en repensant à l'époque où elle effectuait le Master Entrepreneur d'HEC. Le déclic a lieu après avoir assisté à une vague d'expositions numériques à Paris (l'Atelier des Lumières, Timelapse, Artist and Robot au Grand Palais). « On s'est alors rendu compte qu'il y avait tous types de public – jeunes, moins jeunes – , des amoureux de l'art et des plus néophytes » . Les deux étudiantes décident alors de faire leur thèse sur l'existence d'un marché de l'art numérique qui servira de base à leur future société qui prendra le nom d'Artpoint.

L'art s'expose hors les murs

Artpoint propose à certains lieux très fréquentés de s'abonner à un catalogue d'oeuvres numériques – environ 3000 oeuvres à date de 250 artistes internationaux – afin de les exposer. Chaque mois, de nouvelles oeuvres sont

proposées en fonction du lieu, de la luminosité, du public accueilli, etc. Le tout sur des conseils d'experts. Un procédé gagnant-gagnant selon la co-fondatrice. « *La plupart des artistes numériques possèdent un catalogue d'oeuvre personnelles mais vivent de leurs commandes. Nous avons décidé de signer avec eux une licence d'exploitation pour avoir le droit de diffuser leurs oeuvres en les rémunérant en droit d'auteur à chaque fois qu'elles sont diffusées* », détaille la co-fondatrice.

À lire aussi

Comment les NFTs ont conquis les secteurs de l'art et du luxe

Artpoint joue alors le rôle d'intermédiaire, en évitant aux artistes de démarcher ces lieux de passage, et aux clients de mener des investigations pour trouver les bons artistes et négocier un achat ou une diffusion. La startup revendique un service clé en mains.

Perspectives de développement

« *À notre lancement, nous avons ciblé les secteurs les plus pertinents : l'hôtellerie, le retail et les bureaux d'entreprise car l'art était à la croisée de multiples enjeux pour ces trois types d'acteurs. Les offres d'AirBnb ont obligé les hôtels à se réinventer, ils cherchent donc à apporter une nouvelle expérience à leurs clients* ». Même constat pour les bureaux d'entreprise qui sont devenus, avec le Covid, « *des lieux de convivialité où on vient pour s'inspirer et partager avec ses collaborateurs. L'art a un effet brise-glace à l'échelle d'un groupe et favorise les échanges* ».

À lire aussi

Singularart lève 1,1 million d'euros pour démocratiser les oeuvres d'art

Mais l'ambition d'Artpoint (7 salariés) ne s'arrête pas là. Ces premiers acteurs sont une porte d'entrée pour la jeune pousse qui s'imagine déjà exposer des œuvres numériques dans des lieux de transits comme les gares, les aéroports, des magasins de luxe, les établissements de santé ou encore les smart TV.

Artpoint mise également sur un autre axe stratégique pour se développer : les NFT. « *Les collectionneurs sont en quête de NFT qu'ils veulent valoriser. En les exposant, ils peuvent voir augmenter la valeur de leur NFT. Plus un artiste est vu, plus sa notoriété s'accroît* », détaille Laurie Bonin. Encore en cours de développement, la plateforme de la startup sera accessible d'ici mai, avec l'objectif de « *rendre l'achat de NFT accessible dans son réseau de lieux de vie* ».

Des business angels en soutien

Pour mener à bien ce projet et étendre son réseau de clients en France et à l'étranger, la startup a réalisé une levée de fonds d'1,2 million d'euros auprès de business angels. « *Nous voulions aller vite pour nous développer. En général, après un entretien, on sait si un business angel est intéressé ou non* », confie la co-fondatrice. Plusieurs entrepreneurs ont confirmé leur intérêt pour le projet comme Sébastien Borget cofondateur de the Sandbox, Vincent Daffourd, Romain Afflelou ou encore Christophe Courtin. Chacun d'eux possède des connaissances en propriété intellectuelle, dans l'entrepreneuriat ou le monde de l'art qui devraient aider les deux fondatrices à réussir leur changement d'échelle.