

## REFERENTIEL DE COMPETENCES

Les missions du Responsable de promotion de biens et d'événements culturels sont de deux types :

*Celles qui sont communes au secteur culturel ou du marché de l'Art :*

- la veille,
- l'entrepreneuriat,
- la valorisation des biens et/ou événements culturels,

*Celles qui s'exercent dans le cadre d'un secteur spécifique :*

- la commercialisation d'œuvres et objets d'art, leur expertise, pour le secteur du marché de l'art,
- l'organisation de manifestations ou d'événements culturels.

Compétences communes attestées	Compétences attestées relatives au marché de l'Art	Compétences attestées relatives aux événements culturels
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>S'INFORMER</b> de façon permanente de l'actualité de la vie culturelle et de ses acteurs en France comme à l'étranger pour faire des choix éclairés, entretenir son réseau et asseoir sa crédibilité.</li> <li>● <b>PARTICIPER</b> à la gestion globale de l'entreprise ou de l'association en appliquant des notions de droit, des outils de gestion et des techniques de management.</li> <li>● <b>PROPOSER</b> à sa hiérarchie une stratégie de communication et marketing en imaginant les thèmes et les actions les plus adaptés aux objectifs du commanditaire et aux cibles visées.</li> <li>● <b>DEVELOPPER</b> les partenariats culturels et commerciaux avec des institutions ou des particuliers et assurer un suivi régulier de ces relations.</li> <li>● <b>RECHERCHER, RASSEMBLER</b> et <b>REDIGER</b> des informations (textes et visuels) en vue de la réalisation de supports de communication ou de médiation culturelle, en français, en anglais ou autre, adaptés aux publics visés.</li> <li>● <b>SOLLICITER</b> et <b>MOBILISER</b> les médias en utilisant les outils spécifiques à la « communication presse » et en activant ses réseaux, afin d'obtenir le maximum de citations et de retombées pour promouvoir un artiste, des œuvres, une structure ou une manifestation culturelles.</li> <li>● <b>REPRESENTER</b> un artiste en participant le cas échéant aux coûts de production des œuvres, en lui permettant d'accroître sa notoriété internationalement et de créer sa cote.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>RECHERCHER, NEGOCIER</b> des œuvres et objets d'art, des antiquités à l'art contemporain, en tenant compte des marchés et des acheteurs, dans le respect du droit règlementant le commerce de l'art, en vue de leur revente.</li> <li>● <b>EXPERTISER</b> des œuvres et objets d'art en évaluant leur authenticité et leur qualité, en estimant éventuellement le coût d'une restauration, pour en fixer le prix.</li> <li>● <b>METTRE EN VALEUR</b> les œuvres ou objets d'art en appliquant les codes et techniques de scénographie d'exposition, techniques d'accrochage, etc.</li> <li>● <b>COMMERCIALISER</b> les œuvres et objets d'art en organisant des vernissages ou expositions et en concevant les catalogues et outils promotionnels à l'attention des acheteurs potentiels ou en participant à des salons, expositions ou brocantes.</li> <li>● <b>VEILLER</b> à ce que les œuvres soient transportées et installées de façon sécurisée tant au niveau du conditionnement que de leur protection contre le vol.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>PARTICIPER</b> à l'élaboration d'un programme et/ou d'une politique culturelle en appliquant les concepts de l'animation culturelle et en recherchant, dans des bases de données, des offres correspondant aux attentes et pratiques du public.</li> <li>● <b>ORGANISER</b> l'intégralité de manifestations ou événements culturels, de leur préparation à l'évaluation des retombées, dans le respect d'un cahier des charges, et en optimisant les budgets prédéfinis.</li> <li>● <b>CONVAINCRE</b> des collaborateurs, intervenants et partenaires, pour rassembler les moyens humains, techniques et financiers nécessaires au succès de l'événement ou de la manifestation.</li> </ul>