

REFERENTIELS DE LA CERTIFICATION « MANAGER DU COMMERCE DE L'ART » DE L'ICART (RNCP n°36277)

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>
<p>BLOC DE COMPÉTENCES 1 : Concevoir et participer à la direction d'une stratégie d'acquisition ou de production d'œuvres d'art (1^{er} et 2nd marché).</p> <p><i>Que ce soit dans le cadre du premier marché — œuvres vendues pour la première fois — ou du second marché — œuvres revendues, soit de gré à gré dans le cadre d'une vente aux enchères —, le Manager du commerce de l'art est celui qui donne l'orientation artistique des artistes, des œuvres, objets à promouvoir et à commercialiser.</i></p> <p>A1 - Définition de l'orientation artistique de la stratégie d'achat, d'acquisition ou de production d'œuvres ou objets d'art en s'appuyant sur une veille permanente.</p> <p>A2 – Repérage des artistes, expertise et sélection des œuvres et objets d'art à promouvoir et à commercialiser.</p> <p>A3 – Pilotage de la politique d'acquisition et/ou de production des œuvres en fonction de la direction artistique et du budget défini.</p>	<p>C1 - Réaliser une veille permanente et globale (offre artistique, émergence de nouveaux talents, évolutions esthétiques, innovations artistiques, nouveaux marchés etc.) afin de pouvoir définir, de manière éclairée, la direction artistique d'une politique d'achat, d'acquisition ou de production d'œuvres et ainsi répondre aux attentes évolutives et variées des acheteurs potentiels (collectionneurs/amateurs d'art/entreprises/ institutions), en France et à l'international.</p> <p>C2 - Repérer et sélectionner des artistes, en vue de les représenter, de les promouvoir voire, d'accroître leur notoriété nationale ou internationale et de commercialiser leurs œuvres au meilleur prix</p> <p>C3 - Repérer, identifier et authentifier des œuvres et objets d'art susceptibles d'intéresser des collectionneurs/ amateurs d'art/entreprises/institutions en vue de les acheter puis de les vendre.</p> <p>C4 - Établir, si nécessaire, un diagnostic pour déterminer les solutions de restauration et de conservation adéquates en évaluant leur coût. <i>Dans les cas problématiques poser un diagnostic, faire réaliser les analyses scientifiques et techniques nécessaires et les interpréter.</i></p> <p>C5 - Définir le choix des réseaux d'achat des œuvres et objets d'art, en superviser l'acquisition et la négociation (achat ou dépôt selon les cas) afin de répondre à la ligne artistique envisagée, en tenant compte des enjeux complexes liés au contexte (digital, internationalisation etc.).</p> <p>C6 - En cas de production, conseiller, accompagner le ou les artiste(s) tout au long du projet, afin que leur(s) prestation(s) soi(en)t conforme(s) au projet artistique initial.</p> <p>C7 - Superviser la conformité des liens contractuels qui lieront l'artiste et le Manager du commerce de l'art (incluant le pourcentage, l'aide à la production, gestion des droits de reproductions, d'édition, etc.), afin de s'assurer du respect de la réglementation légale et de la déontologie communément admise par les professionnels du marché de l'art et leurs représentants</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES

décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés

BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Définir et piloter les actions de commercialisation et de promotion d'œuvres d'art (1^{er} et 2nd marché).

Après avoir défini la stratégie d'acquisition et de production d'œuvres d'art, le manager en commerce de l'art, doit les commercialiser en fonction d'une stratégie marketing définie, et en assurer la communication/promotion. La commercialisation s'exerce dans le cadre d'une galerie, d'une boutique d'antiquités ou encore d'une maison de ventes.

A4 - Définition d'une stratégie marketing et de commercialisation d'œuvres et ou d'objets d'art (1^{er} et 2nd marché) et supervision de sa mise en œuvre.

A5 - Définition d'une stratégie de communication de l'opération de commercialisation d'œuvre d'art ou de l'artiste et supervision de sa mise en œuvre.

A6 – Définition d'une politique RSE et de développement durable dans le cadre de la stratégie de promotion et de commercialisation mise en place.

REFERENTIEL DE COMPETENCES

identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités

C8 - Définir la stratégie marketing de commercialisation des œuvres et objets d'art en vue de leur vente ou revente afin de bien cibler l'ensemble des acheteurs potentiels et d'optimiser les ventes.

C9 - Développer et fidéliser un réseau de collectionneurs/amateurs d'art/institutions en activant notamment les réseaux sociaux et en supervisant la gestion d'une base de données clients (CRM - Customer Relationship Management) afin d'accroître les publics, et de faire en sorte que chaque acheteur potentiel soit informé des ventes organisées sur site ou en ligne.

C10 - Coordonner la mise en place des expositions-ventes ou ventes aux enchères, in situ ou numériques, en s'assurant que l'ensemble des règlements et règles de sécurités spécifiques aux œuvres d'art soient respectés, que l'accueil de tous les publics soit possible et que la scénographie des événements valorise au mieux les œuvres ou objets d'art à vendre.

C11 - Dans le cas de ventes directes ou de ventes aux enchères en ligne, développer et superviser la mise en œuvre de services numériques innovants afin d'offrir aux clients à distance un rapport aux œuvres très précis afin qu'ils puissent prendre leur décision d'achat en toute confiance.

C12 - Élaborer une stratégie et un plan de communication adaptés en choisissant les actions à mettre en œuvre selon les cibles afin d'offrir aux artistes soutenus/aux œuvres à vendre la plus grande visibilité, au niveau national/international et ainsi faire augmenter leur attractivité et leur cote.

C13 - Superviser la rédaction et la réalisation des outils de promotion et communication print et numériques, en optimisant les moyens alloués dans le respect des normes ISO et RSE/RSO, afin qu'ils soient conformes à la stratégie d'image du ou des artistes et/ou de l'entreprise de commercialisation.

C14 - Veiller à l'optimisation de la fréquentation du site web de la structure ou de l'opération de commercialisation d'œuvres d'art et superviser l'animation ainsi que le développement des communautés sur les réseaux sociaux afin d'installer et d'accroître la visibilité du projet et d'optimiser les ventes.

C15 - Mesurer l'impact des actions RSE/RSO mises en place dans le cadre de la commercialisation des œuvres afin d'identifier les points d'amélioration et les solutions à mettre en œuvre lors d'une prochaine édition.

C16 - Développer des solutions et copiloter la politique RSE du projet artistique en veillant à ce que les normes environnementales ISO26000 et RSE/RSO soient respectées afin d'améliorer l'empreinte environnementale et sociétale de la stratégie de commercialisation.

<p style="text-align: center;">REFERENTIEL D'ACTIVITES</p> <p style="text-align: center;"><i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i></p>	<p style="text-align: center;">REFERENTIEL DE COMPETENCES</p> <p style="text-align: center;"><i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i></p>
<p>BLOC DE COMPÉTENCES 3 : Superviser les aspects financiers, administratifs et managériaux liés à la commercialisation d'œuvres d'art.</p> <p><i>Le Manager du commerce de l'art a, selon la nature de la structure dans laquelle il exerce et la taille de l'entreprise, la responsabilité des fonctions financières administratives et managériales.</i></p> <p>A7 - Élaboration et supervision du budget de la politique d'achat ou de production d'œuvres ou objets d'art.</p> <p>A8 - Application des réglementations juridiques et administratives spécifiques à l'achat/ la production / la promotion et commercialisation d'objets ou d'œuvres d'art au niveau national et international.</p> <p>A9 - Management des équipes internes et externes mobilisées sur un projet d'achat/ de production / de promotion et de commercialisation d'objets ou d'œuvres d'art au niveau national ou international.</p>	<p>C17 - Élaborer le business model, le business plan, le budget prévisionnel de la politique d'achat / de production / de promotion / de commercialisation d'œuvres ou d'objets d'art, en collaboration avec les équipes internes et le cas échéant avec le(s) artiste(s), afin de s'assurer de la viabilité du projet.</p> <p>C18 - Identifier et convaincre de potentiels partenaires (mécènes et financiers) afin que le projet artistique bénéficie des ressources financières nécessaires à sa faisabilité.</p> <p>C19 - Suivre et analyser le budget et le compte d'exploitation de la politique d'achat / de production / de promotion / de commercialisation d'œuvres ou d'objets d'art afin de procéder aux arbitrages financiers qui ont un impact sur la faisabilité et la mise en œuvre du projet.</p> <p>C20 - Anticiper et mettre en place les actions nécessaires pour veiller à ce que l'ensemble des obligations réglementaires et des codes de déontologie, liées à la production d'un bien culturel ou à l'organisation d'une opération de commercialisation d'objets ou d'œuvres d'art, soient respectées et toutes les autorisations légales obtenues.</p> <p>C21 - Superviser le transport et l'assurance des œuvres d'art afin de sécuriser les opérations logistiques.</p> <p>C22 - Définir les rôles et responsabilités des différents acteurs mobilisés, en mettant en place une méthode de management et les outils collaboratifs adaptés au projet afin d'atteindre les objectifs définis.</p> <p>C23 - Organiser et animer des réunions pour planifier les tâches à effectuer et superviser les différentes phases de mise en place de la politique d'achat/ de production / de promotion et de commercialisation d'objets ou d'œuvres d'art au niveau international.</p> <p>C24 - Piloter et valoriser le travail des collaborateurs dans un contexte multiculturel et gérer le cas échéant les conflits pour maintenir des relations de travail permettant la bonne réalisation du projet.</p> <p>C25 - Définir les besoins spécifiques en personnel et superviser, si besoin, les recrutements pour répondre aux besoins en ressources humaines engendrés par la mise en œuvre de la politique d'achat/ de production / de promotion et de commercialisation d'objets ou d'œuvres d'art.</p>