

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIELS DE LA CERTIFICATION « MANAGER DU COMMERCE DE L'ART »

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

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>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
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><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. <i>Cette orientation artistique sera déployée soit dans le cadre d'un lieu de commercialisation d'œuvres d'art de gré à gré (ex : galerie d'art, boutique d'antiquités ou de design, etc.), soit dans le cadre d'une maison de ventes aux enchères.</i></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>Mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>E1 - Étude de cas : réalisation d'une synthèse analytique sur l'état d'un marché de l'art spécifique et définition d'une stratégie d'achat Les candidats choisissent un marché et l'analysent (Ex. le nouveau marché des NFT crypto-art qui utilise les technologies de la <i>blockchain</i>, le marché de la bande-dessinée, celui du mobilier des années 70, etc.) A partir des données recueillies, les candidats doivent formuler une stratégie d'achat répondant à un cahier des charges précis, pour un collectionneur fictif spécialisé dans le marché choisi. ⇒ Production collective d'un dossier.</p> <p>E2 - Réalisation d'une veille artistique et d'une analyse des évolutions du marché de l'art via la rédaction et la publication régulière d'articles sur la création contemporaine, les artistes émergents, les évolutions du marché de l'art...</p>	<p>E1 - Qualité de la synthèse analytique d'un marché de l'art spécifique et pertinence de la stratégie d'achat recommandée - la présentation du marché choisi est claire, complète, les données retenues (volume des ventes, records, profils des acheteurs, etc.) sont pertinentes et permettent une analyse fine et une anticipation réaliste de l'évolution de ce marché. - Les sources de références annoncées (Artprice, TEFAF, annuaires de cote, interviews de professionnels, etc.) sont fiables, multiples (françaises et internationales) et bien exploitées. - les préconisations en termes de stratégie d'achat sont en cohérence avec les données fournies par l'étude.</p> <p>E2 - Pertinence de la veille et des articles publiés.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2 – Repérage des artistes, expertise et sélection des œuvres et objets d'art à promouvoir et à commercialiser.</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>Publication sur des sites partenaires dont toutelaculture.com et ArtistikRezo.com. Dans le cadre de l'atelier de journalisme culturel ICART Média, les candidats rencontrent régulièrement des artistes, des professionnels du marché de l'art, des collectionneurs, etc. qu'ils interviewent pour identifier les évolutions et tendances actuelles. ⇒ Production écrite individuelle – évaluation sur la base d'un minimum de 3 articles.</p> <p>Mises en situation professionnelles reconstituées.</p> <p>E3 - Micro-cas : Réalisation d'expertises d'objets et œuvres d'art et recommandations en termes de conservation préventive et de restauration. Dans le cadre des visites des expositions qui précèdent les ventes aux enchères à l'Hôtel Drouot, à Drouot Montaigne ou chez Artcurial, les étudiants individuellement, réalisent des expertises d'œuvres d'art. Ils doivent décrire, identifier et estimer, oralement, un minimum de six meubles, objets ou œuvres d'art choisis par le professeur-expert et formuler pour deux d'entre eux des recommandations en termes de conservation préventive et de restauration. ⇒ Présentation orale individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Choix pertinent de la sélection des artistes et professionnels interviewés - La valorisation, la promotion via des analyses fines et des recherches pertinentes des artistes soutenus - Analyse documentée des évolutions esthétiques dans les différents arts, des différents marchés, des attentes des collectionneurs/amateurs d'art/entreprises/institutions - Qualités rédactionnelles : clarté, concision et rythme du texte, utilisation d'un vocabulaire adapté et varié... - Nombre d'articles publiés montrant la régularité de la veille. <p>E3 - Qualité de l'expertise et des préconisations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'identification juste des objets, meubles ou œuvres d'art s'appuyant sur une connaissance fine de l'histoire des arts, des styles, des artistes, en repérant les signatures, en recherchant si besoin les origines de l'œuvre. - La présentation des meubles et des objets d'art est précise et complète : repérage des restaurations, des qualités et défauts éventuels de l'objet... - Le vocabulaire pour décrire les objets ou œuvres d'art est technique, précis et adapté. - L'estimation du prix est cohérente avec l'expertise réalisée (identification, état de conservation, rareté, cote de l'artiste, état du marché). - Les préconisations en termes de conservation et, le cas échéant, de restauration, sont pertinentes, proportionnées et adaptées.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<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>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>E4 - Réalisation d'une cartographie et d'une analyse de la circulation des œuvres d'art et des différents circuits d'acquisition en France et à l'étranger (localisation spatiale et numérique) pour un marché de l'art précis (ex. Art contemporain, mobilier anciens, bandes-dessinées, etc.) ⇒ Présentation orale collective.</p> <p>E5 - Jeux de rôles commerciaux en anglais Dans le cadre de l'atelier « Negotiating in the fields of art and culture », les candidats sont invités à participer à des jeux de rôles commerciaux et de contractualisation en anglais. Chacun à leur tour, les candidats doivent endosser le rôle d'un acteur du marché de l'art et convaincre leur interlocuteur (exemples de binômes : Antiquaire/autre marchand d'art, Organisateur d'une vente aux enchères/particulier, Artiste/Galeriste, etc.) ⇒ 3 présentations orales en binôme en anglais de 7 mn chacune.</p>	<p>E4 - Qualité de la cartographie et pertinence de l'analyse - La cartographie est claire, quasi-exhaustive, actualisée et présente les différents circuits de circulation des œuvres d'art dont les plus innovants (galeries itinérantes, <i>blockchain</i>, etc.) - Analyse fine et documentée des différents circuits d'acquisition, de l'utilisation dans certains cas des ports francs, etc. - Analyse comparée des grands flux internationaux et des attentes des différents collectionneurs. - Qualité générale de la présentation : clarté, concision et rythme du texte, utilisation d'un vocabulaire adapté et varié.</p> <p>E5 - Qualité de la prestation orale : - La qualité et la richesse des argumentations commerciales s'appuyant sur une connaissance précise des œuvres, de leur marché, des réseaux de commercialisation et des réglementations juridiques qui le régissent : traçabilité des œuvres, fiscalité des transactions (TVA à l'importation), transmissions (droit de suite, dation, droit de préemption) ... - Force de conviction et aisance du candidat à s'exprimer en langue anglaise avec un vocabulaire spécialisé adapté.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<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>	<p>E6 - Réalisation d'un cahier des charges de production d'une œuvre d'art en intégrant un budget, un rétroplanning, l'identification des prestataires, etc. ⇒ Production écrite collective.</p> <p>E7 - Études de micro-cas de droit Les candidats analysent des problématiques juridiques et de réglementations rencontrées entre un artiste et un galeriste ou lors de la production d'une œuvre d'art. Ils formulent leurs recommandations et rédigent les contrats nécessaires. ⇒ Production écrite individuelle.</p>	<p>E6 - Pertinence du cahier des charges - Le budget, le rétroplanning, les prestataires choisis sont en cohérence avec l'œuvre à produire. - le cahier des charges est complet et opérationnel par rapport aux contraintes de production (budget, réglementation, planning)</p> <p>E7 - Pertinence des recommandations et conformité des documents produits - l'analyse des cas présentés est juste et exhaustive. - les recommandations en matière de droit, d'application des réglementations, de transport, d'assurance sont complètes et conformes aux attentes légales. - les contrats sont conformes à la législation et au code de déontologie du comité professionnel des galeries d'art.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Définir et piloter les actions de commercialisation et de promotion d'œuvres d'art (1^{er} et 2nd marché)			
<p><i>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.</i></p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>E8 - Deux études de cas réels :</p> <p>1- Définition d'une stratégie marketing de commercialisation d'œuvres d'art</p> <p>2- Définition d'une stratégie marketing destinée à développer et fidéliser un réseau de collectionneurs/amateurs d'art/institutions</p> <p>Des entreprises de commercialisation d'œuvres d'art (Galleries, antiquaires, maisons de ventes aux enchères, sites en lignes) invitent les candidats à élaborer une stratégie marketing spécifique à visée internationale. Lors d'un <i>brief</i>, le « client » présente son entreprise et définit ses attentes. Les candidats doivent travailler en équipe, en mode agence, et après une semaine, formuler des recommandations adaptées et opérationnelles.</p> <p>⇒ Restitutions orales devant le client.</p> <p>E9 - Réalisation du dossier bilan sur l'organisation d'une vente aux enchères réelle dans le cadre de l'« Atelier tutoré de conduite de projet artistique».</p> <p>Les candidats font une levée d'œuvres puis monte la vente en collaboration avec un commissaire-priseur et assure sa promotion.</p> <p>⇒ Production collective d'un dossier bilan.</p>	<p>E8 - Pertinence de la stratégie de marketing et qualité de la présentation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La problématique du client est bien intégrée et reformulée de manière professionnelle. - Les recommandations en termes de stratégie marketing sont pertinentes, novatrices, originales et répondent aux attentes du client, à son cahier des charges (contraintes budgétaires, délais, normes RSE/RSO, développement à l'international, etc.). - La présentation orale devant le client est dynamique et claire et respecte le temps dédié. - Les supports utilisés sont pertinents/ adaptés (Powerpoint, plaquette, animation vidéo, etc.). <p>E9 - Pertinence/ Rigueur du bilan réalisé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le dossier bilan fait apparaître de façon explicite les différentes étapes mises en œuvre dans la conception, la production et la promotion de la vente aux enchères. Il expose notamment le cadre légal et les règlements de sécurité mis en place. - La scénographie mise en œuvre est analysée avec précision ainsi que les dispositifs numériques déployés (catalogues en version <i>flipbook</i>, visites virtuelles de salle d'exposition avec des outils du type scanners 5D, vidéos d'ultra-haute résolution assorties de commentaires d'experts... - L'accès physique et numérique est facilité pour tous les publics.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p>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.</p> <p>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.</p> <p><i>Exemple d'actions : organisation de vernissages, de finissages, d'opérations philanthropiques, d'«après-midi professionnels», de déjeuners médias, d'interviews, participation à des salons, biennales, foires, etc.</i></p>	<p>E10 - Étude de cas réel : Définition d'une stratégie et d'un plan de communication en vue de la promotion d'un artiste.</p> <p>Une entreprise de commercialisation d'œuvres d'art (ex. une galerie) invite les candidats à élaborer une stratégie de promotion et un plan de communication pour faire connaître et valoriser un artiste émergent. Lors d'un brief, le « client » présente sa galerie et définit ses attentes. Les candidats doivent travailler en équipe, en mode agence et après une semaine, formuler des recommandations adaptées et opérationnelles.</p> <p>⇒ Restitution orale devant le client.</p> <p>E11 - Dans le cadre des ateliers « PAO-Design graphique », « Wordpress-Wix », « No code » et « Mojo (Mobile Journalism) » les candidats réalisent les outils de communication et de médiation culturelles print et digitaux.</p> <p>⇒ Production de livrables (site internet, applications, vidéos, catalogues d'expositions, fiches de ventes aux enchères, dossiers de presse, communiqués de presse, newsletters, flyers, plaquettes) accompagnés d'une fiche technique précisant les recommandations de déploiement.</p>	<p>- Les points d'amélioration ont été clairement identifiés et les solutions proposées pour une prochaine édition sont pertinentes.</p> <p>E10 - Pertinence et qualité de la présentation :</p> <p>- La problématique du client est bien intégrée et reformulée de manière professionnelle.</p> <p>- Les recommandations communicationnelles proposées sont pertinentes, originales et répondent aux attentes du client, à son cahier des charges (contraintes budgétaires, délais, normes RSE/RSO, etc.).</p> <p>- Dynamisme et clarté, en un temps limité, de la présentation orale devant le client.</p> <p>- Qualité des supports (Powerpoint, plaquette, animation vidéo, etc.).</p> <p>- Dans l'éventualité où la présentation doit se faire en langue anglaise : aisance orale et maîtrise du vocabulaire spécifique.</p> <p>E11 - Évaluation des ateliers PAO/Design graphique</p> <p>- Les réalisations (site internet, applications, vidéos, prints) sont techniquement maîtrisées, respectent les normes ISO et RSE/RSO et sont en cohérence esthétique avec les projets artistiques.</p> <p>- Les contenus sont en adéquation avec les messages défendus et les publics ciblés.</p> <p>- Le temps de production des différents outils (site internet, développement d'application, flyer) est conforme aux délais impartis.</p> <p>- Les recommandations de déploiement permettent une optimisation de la diffusion auprès des publics, vérifiée grâce à l'analyse de la fréquentation et à l'animation des communautés</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A6 – Définition d'une politique RSE et de développement durable dans le cadre de la stratégie de promotion et de commercialisation mise en place</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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>	<p>E12 - Étude de cas réel autour de la problématique RSE/RSO pour une entreprise de commercialisation d'œuvres d'art Les candidats réalisent une enquête et formulent leurs recommandations pour réussir la transition écologique de l'entreprise ou du projet et l'inscrire dans une démarche RSE/RSO ⇒ Restitution lors d'une présentation orale devant le client.</p>	<p>E12 - Qualité de l'audit et des recommandations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le diagnostic RSE/RSO de l'entreprise de commercialisation d'œuvre d'art est complet, exact, détaillé. - Les dispositifs RSE formulés sont pertinents, cohérents par rapport aux valeurs de l'entreprise ou du projet et répondent aux normes environnementales - Les recommandations sont réalistes, applicables à moyen terme. - La présentation orale est claire et dynamique.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC DE COMPÉTENCES 3 : Superviser les aspects financiers, administratifs et managériaux liés à la commercialisation d'œuvres d'art			
<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. Le Manager du commerce de l'art doit s'assurer que toutes les réglementations juridiques, administratives et de sécurité soient respectées ainsi que les codes de déontologie appliqués au secteur et au métier.</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>E13 - Études de micro-cas comptables/de gestion financière :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Élaboration d'un business model pour la création et la gestion d'une entreprise de commercialisation d'objets et d'œuvres d'art - Définition du budget prévisionnel pour l'achat/la production/les opérations marketing, de promotion et de commercialisation d'objets et d'œuvres d'art - Analyse du compte d'exploitation d'une entreprise ou d'une opération de commercialisation d'œuvres d'art suivie de recommandations - Réalisation d'un bilan comptable, etc. <p>⇒ Production de documents budgétaires.</p> <p>Mises en situation professionnelle reconstituées :</p> <p>E14 - Études de micro-cas de droit Les candidats analysent des problématiques juridiques, déontologiques, et de réglementations rencontrées lors de l'achat/ la production / la promotion et commercialisation d'objets ou d'œuvres d'art au niveau national et international, formulent leurs recommandations et rédigent les contrats nécessaires. ⇒ Production écrite individuelle.</p>	<p>E13 - Pertinence des documents budgétaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le business model est cohérent par rapport au projet et intègre des modèles économiques hybrides : diversification des ressources, nouvelles formes de mobilisation de fonds privés, stratégie de tarifications originales - le budget prévisionnel pour l'achat/la production/les opérations marketing, de promotion et de commercialisation d'objets et d'œuvres d'art est complet, précis et équilibré. - l'analyse du compte d'exploitation d'une entreprise ou d'une opération de commercialisation d'œuvres d'art est précise et juste. <p>E14 - Qualité de l'analyse et de l'élaboration des documents et formalités réglementaires /déontologiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse des cas présentés est juste et exhaustive. - les recommandations en matière de droit, d'application des réglementations, de transport, d'assurance sont complètes et conformes aux attentes légales. - les contrats sont conformes à la législation dont ils relèvent.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<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>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>	<p>E15 - Études de micro-cas en Ressources humaines spécifiques au secteur culturel : analyse des besoins en personnel pour un projet artistique fictif, rédaction de fiches de poste, de contrats, recommandation d'outils collaboratifs, recommandation d'une méthode de management adaptée à la nature et à la durée du projet, etc. ⇒ Production écrite individuelle.</p> <p>E16 - Jeux de rôle en français et en anglais – Simulations d'entretiens d'embauche appliqués au secteur du marché de l'art. Les candidats jouent, tour à tour, le rôle de recruteur et du recruté. ⇒ Évaluation orale individuelle.</p> <p>E17 - Management d'équipe dans le cadre de l'« Atelier tutoré de conduite de projet artistique ». Les candidats, en équipe, sont organisés par pôle (artistes, partenariats, logistique, communication, etc.) avec un responsable à la tête de chaque pôle. Tout au long des cinq mois de la production de l'événement, chaque candidat endosse le rôle de responsable de pôle et encadre l'équipe. ⇒ Présentation orale à l'occasion des points d'étape sur le projet. Chaque candidat présente les actions qu'il a mises en place en termes de management et, au travers d'un retour d'expérience, auto-analyse sa capacité de manager.</p>	<p>E15 - Qualité des livrables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exactitude du diagnostic RH. - Pertinence des préconisations en fonction des contraintes, du cahier des charges. - Précision des fiches de poste. - Exactitude des termes des contrats établis. <p>E16 - Qualité de l'entretien de recrutement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La capacité à mener un entretien de recrutement en tenant compte des spécificités des statuts des interlocuteurs (artistes, etc.). - La fluidité des échanges, aisance orale. - La pertinence des questions, des réponses, la qualité des argumentations. - La capacité du « recruteur » à synthétiser la présentation du projet artistique et à le valoriser. - La capacité du « recruté » à synthétiser son parcours. <p>E17 - Pertinence des actions de management :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modes de management mis en œuvre sont pertinents. - les réunions de brainstorming, des comités de pilotage, des séances de debriefing, de remobilisation, etc. sont adaptées au projet - Évaluation fine de ses soft-skills : leadership, force de proposition, agilité, autonomie, aptitude à travailler en équipe, capacité à coordonner les équipes afin que les objectifs soient respectés dans les délais impartis, etc.

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle