

ICART - Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation
Certification professionnelle « Manager du Commerce de l'art » - 2024

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>BLOC DE COMPÉTENCES 1: Concevoir la direction artistique d'une politique d'acquisition d'œuvres d'art.</p> <p><i>Que ce soit dans le cadre du premier marché (œuvres vendues pour la première fois) ou du second marché (œuvres revendues de gré à gré ou dans le cadre d'une vente aux enchères), le Manager du commerce de l'art choisit les œuvres, les artistes, les objets à promouvoir et à commercialiser à partir du cahier des charges défini par son entreprise (galerie, maison de ventes, institution) ou pour le compte d'un client (entreprise, collectionneurs, etc.).</i></p> <p>A1 - Définition de l'orientation artistique de la politique d'acquisition d'œuvres ou objets d'art en s'appuyant sur une veille permanente.</p>	<p>C1 - Réaliser une veille artistique, en s'appuyant sur les nouveaux outils d'intelligence artificielle (IA/ IA générative), en identifiant les nouvelles tendances de la création contemporaine et les mouvements du marché de l'art notamment induits par le déferlement des technologies IA, pour mieux anticiper et répondre aux attentes des acheteurs potentiels.</p> <p>C2 - Définir la direction artistique, en proposant un fil conducteur esthétique, conceptuel ou thématique, afin de guider un choix cohérent d'acquisition d'œuvres ou d'objet d'art par un collectionneur, une entreprise ou une institution, en intégrant les enjeux environnementaux et sociaux.</p>	<p><u>Modalité</u>: Mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p>A partir d'un brief et d'un cahier des charges, définition de la direction artistique d'une politique d'acquisition d'œuvres d'art pour les acheteurs potentiels (collectionneurs/amateurs d'art, entreprises, institutions).</p> <p>1 - Réalisation d'une veille artistique en utilisant des outils d'intelligence artificielle pour identifier et analyser les tendances émergentes sur un marché de l'art de leur choix, lié aux nouvelles technologies ou aux nouveaux territoires.</p> <p><u>Livrable attendu</u> : rapport de veille artistique. Présentation des tendances et mouvements identifiés et de leur impact sur la direction artistique choisie.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Production écrite collective. <p>2 - A partir des données recueillies, formulation de la direction artistique de la politique d'acquisition d'œuvres d'art, répondant à un cahier des charges précis.</p> <p><u>Livrables attendus</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une note analytique présentant la direction artistique d'acquisition d'œuvres d'art ➤ Production écrite individuelle. 	<ul style="list-style-type: none"> - La veille est rigoureuse et méthodique. Elle s'appuie sur des sources de références fiables et diversifiées françaises et internationales (IA, Artprice, TEFAF, annuaires de cote, interviews de professionnels, etc.) et citées avec précision. - Les outils d'IA sont utilisés avec précaution. - Les données issues des recherches sont traitées et gérées de manière adéquate. - La veille est exhaustive, pertinente et réaliste. - Le marché choisi est pertinent (<i>exemples de marchés étudiés : le nouveau marché des NFT crypto-art qui utilise les technologies de la blockchain, œuvres ou objets de design générés par l'IA, le Moyen Orient, l'Asie, etc.</i>). - Elle présente des données quantitatives et qualitatives : volume de ventes, records, profils des acheteurs, tendances artistiques actuelles et futures permettant une anticipation réaliste de l'évolution de ce marché, impacts concrets des IA, évolutions esthétiques et technologiques, innovations artistiques, etc. - La direction artistique est cohérente avec les besoins, les valeurs et l'identité du collectionneur, de l'entreprise ou de l'institution. - Les problématiques environnementales et sociales sont prises en compte dans le processus de création. - Le fil conducteur de la direction artistique est argumenté avec un vocabulaire professionnel adapté.

ICART - Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation
Certification professionnelle « Manager du Commerce de l'art » - 2024

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>A2 - Repérage des artistes, expertise et sélection des œuvres et objets d'art à promouvoir et à commercialiser.</p>	<p>C3 - Repérer des artistes, en vue de les représenter et d'accroître leur notoriété nationale ou internationale, et sélectionner les œuvres à commercialiser au meilleur prix, en s'appuyant sur des algorithmes d'apprentissage automatique (IA).</p> <p>C4 - Expertiser des œuvres et objets d'art, susceptibles d'intéresser des acheteurs potentiels en vue de les acheter puis de les vendre, en mobilisant les nouvelles ressources/plateformes numériques hébergées sur le web ou dans la blockchain ainsi que des logiciels d'IA.</p>	<p>- Une fiche d'expertise d'un objet ou d'une œuvre d'art. Après avoir sélectionné un artiste, chaque candidat choisit l'une de ses créations artistiques (œuvres ou objets d'art) dont il recommande l'acquisition par le biais de l'achat sur le 1^{er} ou 2nd marché.</p> <p>➤ Production écrite individuelle et soutenance orale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le choix de l'œuvre s'appuie sur la veille réalisée et une connaissance pointue de l'histoire de l'art (les styles, les techniques, les périodes, etc.), de la biographie et de la démarche de l'artiste et d'une compréhension fine du marché (cotes, potentiel commercial, les fluctuations du marché, etc.) - La présentation de l'artiste et de l'œuvre choisie est juste, précise, et contextualisée. - L'estimation du prix de l'œuvre est cohérente avec l'expertise réalisée (identification, état de conservation, rareté, cote de l'artiste, état du marché). - L'expertise de l'œuvre est méthodique et repose sur une démarche rigoureuse mobilisant de multiples outils d'analyse dont l'IA.

**ICART - Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation
Certification professionnelle « Manager du Commerce de l'art » - 2024**

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>BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Définir des stratégies marketing et de communication de vente d'œuvres d'art. <i>Après avoir conçu la direction artistique de la politique d'acquisition d'œuvres d'art, le Manager du commerce de l'art définit une stratégie marketing et de communication qui sera mise en œuvre par des équipes spécialisées mobilisées sur la vente d'œuvres d'art, dans le cadre d'une galerie réelle ou virtuelle, d'une boutique d'antiquités ou encore d'une maison de ventes.</i></p> <p>A3 - Définition d'une stratégie marketing et de communication de vente d'œuvres et ou d'objets d'art.</p> <p>A4 - Identification des indicateurs clés pour évaluer les performances de la stratégie marketing et de communication de vente d'œuvres d'art définie.</p>	<p>C5 - Définir une stratégie marketing de la vente d'œuvres et objets d'art (1^{er} et second marchés), afin de bien cibler l'ensemble des acheteurs potentiels, nationaux ou internationaux, et d'optimiser les ventes, en mobilisant les outils numériques et les IA qui favorisent l'expérience utilisateur et en intégrant les enjeux de RSE .</p> <p>C6 - Elaborer une stratégie de communication innovante adaptée aux cibles identifiées, afin d'offrir aux artistes soutenus et aux œuvres d'art sélectionnées la plus grande visibilité nationale et/ou internationale, dans un environnement complexe et changeant.</p> <p>C7 - Identifier les actions de communication opérationnelles qui seront déployées par des équipes spécialisées pour mettre en œuvre la stratégie de communication définie, en veillant à leur accessibilité par tous les publics visés.</p> <p>C8 - Définir les indicateurs de performance (KPI) des stratégies définies pour identifier les écarts éventuels et les axes d'amélioration en vue d'atteindre les objectifs définis.</p>	<p><u>Modalité</u> : Étude de cas.</p> <p>A partir d'un brief précis d'une entreprise du marché de l'art (galeries d'art, antiquaires, maisons de ventes aux enchères, sites en ligne, etc.), définition, avec l'aide d'outils d'IA, des stratégies de marketing et de communication d'une opération de vente d'œuvres et d'objets d'art, opérationnelle et innovante.</p> <p><u>Livrables attendus</u> : plans détaillés des stratégie de marketing et de communication intégrant des KPIs mesurables.</p> <p>➤ Production écrite individuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La stratégie marketing est parfaitement ciblée et novatrice. Elle permet de se démarquer dans un marché pointu, hautement compétitif. - Elle intègre les spécificités et les exigences multiples des clients potentiels. - Les outils numériques et les IA sont mobilisées de manière pertinente (data, IT, CRM..). - Le canal de vente choisi est adapté : galerie réelle ou en ligne (marché de l'art numérique), boutique d'antiquités, maison de ventes... - Les enjeux de RSE sont pris en compte dans la stratégie marketing définie : transparence, engagement social, contribution environnementale... - La stratégie de communication est claire et efficace et permet de créer l'engagement. - Les canaux de communication sont choisis avec pertinence (médias traditionnels et digitaux, campagnes e-mailing, réseaux sociaux...). - Le choix des actions de communication à mettre en œuvre est pertinent (ex : vernissages/ finissages d'expositions, opérations philanthropiques, « après-midi professionnels », déjeuners médias, interviews, participation à des salons/ biennales/ foires...). - L'accessibilité universelle est favorisée via l'utilisation de solutions numériques adaptées (ex : reconnaissance d'image, reconnaissance faciale, lecture labiale, résumé des textes, commande vocale...) - Les stratégies de marketing et de communication se complètent et forment une stratégie globale innovante et adaptée aux différentes cibles. - Elles sont réalistes, applicables à court terme. - Des KPI pertinents sont définis : augmentation des ventes, taux d'engagement sur les médias digitaux... - Ils permettent de dégager clairement les axes d'amélioration.

ICART - Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation
Certification professionnelle « Manager du Commerce de l'art » - 2024

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>BLOC DE COMPÉTENCES 3 : Piloter une opération d'achat et de vente d'œuvres d'art.</p> <p><i>En France ou à l'international, le Manager du commerce de l'art pilote des opérations d'achat et de vente d'œuvres d'art et assume les responsabilités financières, administratives et managériales qui en découlent, selon la nature et la taille de la structure dans laquelle il exerce.</i></p> <p>A5 - Pilotage des activités financières et juridiques relatives à l'achat et à vente d'œuvres d'art.</p> <p>A6 - Management des équipes internes et externes mobilisées sur un projet d'achat et de vente d'objets ou d'œuvres d'art.</p>	<p>C9 - Élaborer et suivre le budget, intégrant des modèles économiques hybrides, d'une opération de commerce d'œuvres d'art, en collaboration avec les équipes financières afin de s'assurer de l'équilibre et de la viabilité financière du projet.</p> <p>C10 - Superviser la conformité administrative et juridique des différentes relations contractuelles (artistes, transporteurs, assureurs ...) afin de s'assurer du respect de la législation et de la déontologie communément admise par les professionnels du marché de l'art et leurs représentants, en intégrant les nouveaux enjeux juridiques soulevés par l'IA.</p> <p>C11 - Définir les rôles de chacun et animer les équipes pluridisciplinaires et interculturelles mobilisées afin de les fédérer autour du projet commun et de favoriser leur montée en compétences, en prenant en compte les situations de handicap éventuelles, l'inclusion de toute forme de diversité et l'ensemble de la dimension sociale de la RSE.</p> <p>C12 - Elaborer le cahier des charges des prestataires externes et en superviser la mise en œuvre tout au long de l'opération de commercialisation pour atteindre les objectifs définis dans le respect du budget alloué.</p>	<p><u>Modalité</u> : Etude de cas.</p> <p>A partir d'un brief et d'un cahier des charges précis, élaboration d'un dossier de pilotage d'une opération d'achat et de vente d'œuvres d'art.</p> <p><u>Livrable attendu</u> : dossier de pilotage comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le budget détaillé du projet et les outils de suivi. - Une présentation des principales obligations juridiques, fiscales et codes déontologiques applicables au projet, dans un contexte national ou international. - L'analyse des principaux contrats régissant les relations avec les artistes, les assureurs et les transporteurs, etc. - L'identification des moyens humains et des compétences requises. - Les modalités de management interne - Les missions et les modalités de suivi des prestataires externes prévues. <p>➤ Production écrite individuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le budget est complet, précis et cohérent par rapport au cahier des charges du projet. - Le budget intègre des modèles économiques hybrides : diversification des ressources, nouvelles formes de mobilisation de fonds privés, stratégie de tarifications originales, rentabilité, etc. - Les outils de suivi de budget proposés sont adaptés et performants. - Une veille liée aux nouvelles normes et réglementations liées à l'IA et aux nouvelles technologies (Blockchain, NFT...) est réalisée. - Les obligations juridiques et fiscales à respecter sont clairement identifiées en fonction des contrats (traçabilité des oeuvres, fiscalité des transactions, droits d'auteurs avec impact de l'IA...) - L'analyse des principaux contrats liés au projet est juste, complète et rigoureuse. - Les acteurs sont mobilisés en fonction de leur expertise/spécificité. - La répartition des rôles et responsabilités est effectuée en prenant en compte les situations de handicap éventuelles et en prévention de toute forme de discrimination. - Les modalités de management préconisées sont adaptées au projet et à la nature de l'équipe : temps individuels et collectifs, utilisation d'outils collaboratifs inclusifs, identification de bonnes pratiques, etc. - La dimension sociale de la RSE est prise en compte dans les modalités de management : égalité des chances et diversité, sécurité de tous les collaborateurs, respect du droit du travail etc. - Les missions et objectifs des prestataires externes sont clairement définies. - Les délais et le budget définis sont respectés.