

Directeur / Directrice de galerie d'art

Galeriste | Responsable de galerie d'art

Description de l'emploi

Le **directeur de galerie d'art ancien ou contemporain** recherche et **sélectionne les œuvres et les artistes** qu'il souhaite exposer. Avec son assistant, il prépare et il organise les **expositions** et les **vernissages**, assure la **promotion de la galerie** et effectue la **vente des œuvres**.

Il **assure les relations** avec la clientèle et **conseille les artistes** dont il vend les œuvres.

Il est aussi le **représentant de la structure** qu'il gère dans ses différentes dimensions : artistique, commerciale, administrative et financière. Il supervise, gère et développe l'**activité commerciale** de la galerie dans un objectif de **rentabilité économique**.

Il gère et **supervise au quotidien l'équipe** de la galerie.

Passionné d'art, le directeur de galerie d'art connaît les **courants**, les **influences**, les **artistes**, mais aussi le **marché économique de l'art**.



Activités

- Veille permanente dans son domaine d'activité, analyse des tendances du marché de l'art.
- Recherche d'œuvres et d'artistes à exposer.
- Gestion de la relation avec les artistes.
- Liaison avec les artistes, communication et promotion de leur travail.
- Organisation et communication des événements de la galerie, expositions, vernissages, salons...
- Accueil de la clientèle et des visiteurs.
- Renseignement de la clientèle et des visiteurs sur la galerie, les œuvres présentées (artiste, époque, technique, matériaux, interprétation...), les événements et les services.
- Conseil et accompagnement personnalisé de la clientèle dans l'acte d'achat.
- Négociation et vente.
- Développement et gestion de la clientèle.
- Définition de la stratégie commerciale, déclinaison des orientations et du plan d'action sur le point de vente.
- Suivi du déploiement de la stratégie commerciale.
- Suivi et analyse des résultats et des indicateurs commerciaux, identification des axes d'évolution.
- Organisation du fonctionnement de la galerie.
- Supervision de l'aménagement physique de la galerie et de la mise en valeur d'œuvres exposées.
- Gestion administrative, budgétaire, comptable.
- Management et gestion des collaborateurs de son équipe.
- Communication et transmission à l'équipe des objectifs, des consignes et des résultats de l'activité.
- Pilotage de la promotion de la galerie.



Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Diplômé à partir du niveau Master en histoire, histoire de l'art, archéologie et formation commerciale, marketing, gestion financière, école de commerce.
- L'accès au métier est également possible sans diplôme particulier, mais avec une expérience professionnelle significative en galerie ou dans les secteurs du commerce d'objets d'art et d'objets anciens. La maîtrise du marché de l'art et une bonne culture artistique sont indispensables.
- Les qualités relationnelles sont également déterminantes.
- La pratique de l'anglais et d'une ou plusieurs autres langues étrangères est nécessaire pour communiquer avec les clients du monde entier.

Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- MASTER** - Histoire de l'art (niv. 7)
- MASTER** - Conservation-restauration des biens culturels (niv. 7)
- Titre** - Manager de l'ingénierie culturelle (niv. 7)

 **Compétences**

Domaines de compétences	Compétences
<p>Rechercher et sélectionner des artistes, des œuvres</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Effectuer une veille sur les offres, les artistes et les ventes d'œuvres en se documentant sur le marché de l'art national et international, en actualisant ses connaissances dans son domaine d'activité, en participant à des manifestations, colloques, expositions, et en utilisant différents sites spécialisés dans le commerce d'œuvres d'art (Artsy, Artsper...). 2. S'informer sur le travail des artistes, analyser leur potentiel. 3. Prospecter et identifier les œuvres et artistes à exposer. 4. Développer, gérer et entretenir les relations avec les artistes. 5. Estimer et négocier le prix de vente des œuvres. 6. Estimer les travaux de restauration des œuvres et les superviser le cas échéant. 7. Actualiser ou faire actualiser la base de données des œuvres de la galerie, la photothèque, les catalogues. 8. Rédiger ou faire rédiger des fiches techniques de qualité.
<p>Accueillir, informer et gérer la relation client</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accueillir un client, un visiteur en créant une relation de confiance et personnalisée, le renseigner, l'accompagner dans la galerie. 2. Décrire et valoriser une œuvre d'art auprès d'un client, d'un visiteur : artiste, époque, histoire de l'œuvre, technique, matériaux, support, dimensions, genre, couleurs, lumière, composition, interprétation et sens de l'œuvre, prix. 3. Promouvoir les événements, expositions, vernissages, et y inviter la clientèle. 4. Traiter les réclamations des clients et proposer des solutions adaptées. 5. Prévenir et gérer les situations conflictuelles, faciliter le dialogue avec le client. 6. Adopter une tenue et une posture professionnelles. 7. Développer et gérer un portefeuille clients.
<p>Conseiller et vendre des œuvres d'art</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interroger et identifier le profil et les besoins du client. 2. Conseiller et apporter une expertise sur une sélection d'œuvres adaptées au profil et aux besoins du client, et s'en servir pour argumenter la vente. 3. Conduire une négociation. 4. Conclure la vente.
<p>Organiser les expositions, vernissages et Assurer la promotion de la galerie</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir, le cas échéant avec l'artiste, le contenu et la forme de l'exposition : thème, œuvres, approche, titre de l'exposition, format, lieu... 2. Superviser l'organisation logistique (transport) et l'installation des œuvres dans la galerie : aménagement de l'espace, montage, accrochage et décrochage des œuvres... 3. Veiller à la bonne conservation (stockage), à la traçabilité et à la sécurité des œuvres. 4. Communiquer sur l'exposition auprès du public et des médias. 5. Actualiser le contenu du site en ligne (bases artistes, événements...). 6. Publier, le cas échéant, sur les réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) pour promouvoir l'activité de la galerie, les œuvres, événements, expositions, et gagner en visibilité. 7. Gérer la liste des mailings et des contacts, consolider et actualiser le fichier contacts. 8. Réaliser des supports presse et rentrer, le cas échéant, en contact avec les journalistes et les attachés de presse.
<p>Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale de la galerie</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Développer son réseau professionnel. 2. Définir la stratégie et les objectifs commerciaux et de valorisation des œuvres (notamment à l'ère digitale : galerie virtuelle). 3. Définir la stratégie de promotion et de valorisation des artistes. 4. Déterminer un plan d'action de développement commercial, des moyens et des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs fixés. 5. Gérer le plan d'action et mesurer l'atteinte des objectifs



Compétences (suite)

Domaines de compétences	Compétences
Piloter la performance économique de la galerie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suivre et analyser les tableaux de bord, les indicateurs commerciaux, les indicateurs de performance économique. 2. Évaluer la performance économique. 3. Identifier les leviers et les actions d'amélioration pour développer le chiffre d'affaires ; piloter leur mise en œuvre. 4. Piloter la fidélisation client à partir de base de données.
Piloter la gestion administrative, juridique et financière	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et construire les budgets prévisionnels. 2. Assurer le pilotage et le suivi financier ; analyser les indicateurs financiers sur un tableau de bord : chiffre d'affaires, marges, budget de trésorerie... 3. Assurer la bonne gestion financière et comptable de la galerie. 4. Respecter les obligations légales et les règles de gestion liées à l'activité : registre des objets mobiliers et/ou livre de police, registre des ventes et des achats, factures... 5. Appréhender les problématiques fiscales et juridiques (notamment dans le cadre de la réglementation TRACFIN). 6. Respecter et être à jour des obligations fiscales et salariales.
Manager l'équipe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et appliquer une posture managériale adaptée. 2. Encadrer, animer, motiver et encourager les initiatives de l'équipe. 3. Garantir l'application des consignes et procédures, le respect du règlement intérieur ; le cas échéant, participer à ou superviser leur élaboration. 4. Anticiper et gérer les difficultés, les conflits. 5. Définir et communiquer les objectifs de l'équipe, les procédures internes et la planification du travail. 6. Collecter et suivre les éléments d'activité de l'équipe. 7. Veiller à l'atteinte des objectifs collectifs et individuels. 8. Assurer à la gestion du personnel (application de la réglementation du droit du travail, mouvement du personnel, rémunération, promotion...).
Garantir le développement des compétences de l'équipe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Réaliser les entretiens et les évaluations de l'équipe. 2. Identifier les potentiels et les besoins en compétences de l'équipe. 3. Mettre en place un plan de développement des compétences de l'équipe. 4. Recruter et intégrer de nouveaux collaborateurs. 5. Accompagner l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.



Compétences comportementales

- Savoir faire face à l'incertitude et s'adapter (contexte, changements)
- Savoir anticiper pour agir, être proactif
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir gérer plusieurs tâches simultanément, gérer sa charge cognitive
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre
- Mobiliser/fédérer un collectif, exercer un leadership

Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

Commerces indépendants

En interne : Le directeur de galerie gère et supervise l'équipe de la galerie : assistant de galerie, vendeur-conseil en art, chargé de communication et régisseur.

En externe : Il est en relation avec la clientèle (particuliers, professionnels, institutions), les visiteurs, les artistes, la presse spécialisée et les prestataires de services (événementiel, restauration, transport, informatique...).

Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

- Avec la montée en puissance du numérique et l'internationalisation de la clientèle, le directeur de galerie doit développer des compétences en communication digitale (site Internet, réseaux sociaux...) et en commerce international d'art.
- L'évolution du métier s'inscrit aussi dans un renforcement des missions et des compétences en matière de gestion des données : base de données clients et prospects, base de données des œuvres... L'objectif étant également d'améliorer la relation client : fidéliser et personnaliser l'offre. Dans un contexte de diffusion/promotion multicanal, la gestion des bases de données devient plus importante dans la stratégie commerciale de la galerie.

Mobilité professionnelle

Le directeur de galerie peut progressivement gérer plusieurs magasins, qu'il pourra spécialiser.

L'évolution dans le métier consiste également à gagner en visibilité, à se faire reconnaître par la profession.

Code ROME **D1201** – Achat vente d'objets d'art, anciens ou d'occasion