

Formations des professionnels

Catalogue Art, Culture et Luxe





DESIGN DE PACKAGINGS ÉCO-RESPONSABLES DE PRODUITS DE LUXE

Face à l'évolution des attentes des clients, des réglementations et des engagements RSE, le packaging devient un levier stratégique majeur. Cette formation d'une journée vous permet d'acquérir une méthodologie professionnelle pour rédiger un cahier des charges précis et opérationnel, garantissant la maîtrise des choix de conception.

NOUVEAU



Présentiel



REF 25EACLUX01



7 heures



800 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Identifier les tendances et innovations récentes du packaging durable dans le secteur du luxe.
- ◆ Evaluer les enjeux (matériaux, cycle de vie, image de marque, coût, logistique).
- ◆ Rédiger un cahier des charges pour concevoir un packaging de luxe éco-responsable
- ◆ Dialoguer avec designers, fournisseurs et ateliers.

PUBLIC CONCERNÉ

Chefs de produit, designers packaging, responsables R&D, chefs de projet innovation, responsables développement durable.

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Études de cas réels
- ◆ Atelier guidé (rédaction collaborative d'un cahier des charges).
- ◆ Templates et checklists fournis.

PROFIL DE L'INTERVENANT

Designer de packaging durable et innovation responsable pour le luxe

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Panorama des tendances et innovations

- ◆ Rappel des enjeux du luxe vs durabilité.
- ◆ Matériaux alternatifs (papier certifié, fibres innovantes, bioplastiques triés, inserts recyclés).
- ◆ Conceptions modulaires, refill, réemploi, économie circulaire.
- ◆ Finitions haut de gamme compatibles durabilité (encres éco, vernis sans solvants, gaufrage localisé).
- ◆ Cas concrets et mini-benchmark (exemples d'enseignes luxe).

Contraintes techniques et réglementaires

- ◆ Résistance, sécurité produit, barrière (si cosmétique/alimentaire), marquage environnemental, recyclabilité réelle vs théorique.
- ◆ Compatibilité chaîne logistique et retail (mise en rayon, PLV, transport).
- ◆ Coûts et calculs rapides d'impact (matière/finition).

Critères de choix matériaux et fournisseurs

- ◆ Méthodologie d'évaluation fournisseurs (certifications, traçabilité, capacité d'industrialisation).
- ◆ KPI environnementaux à exiger (taux de matière recyclée, empreinte carbone déclarée, recyclabilité à fin de vie).

Transposition en process : du cahier des charges au prototypage et industrialisation

- ◆ Phases de validation : prototype, tests qualité, tests logistiques, validation retail.
- ◆ Plan de tests recommandés (chute, compression, vieillissement, compatibilité produit).
- ◆ Clauses contractuelles utiles dans l'appel d'offre (délais, échantillons, propriété intellectuelle, sûreté des claims environnementaux).



a'sfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfired.fr - www.asfired.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA d'assujetti unique FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetti unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



CONCEVOIR L'ACQUISITION ET L'ENGAGEMENT CLIENT DES MAISONS DE PRESTIGE

NOUVEAU



Présentiel



25EACLUX02



7 heures



800 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

L'acquisition de clients ne se limite pas à des actions marketing classiques : elle repose sur la capacité à séduire, engager et fidéliser des clients exigeants. Apprenez à attirer, qualifier et convertir les clients haut de gamme, en combinant méthodes analytiques, storytelling, expérience client et leviers digitaux et physiques.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Identifier les segments de clientèle cible dans le luxe
- ◆ Élaborer une stratégie d'acquisition adaptée à l'image et au positionnement de la marque
- ◆ Concevoir des parcours clients exclusifs et personnalisés
- ◆ Optimiser les leviers d'acquisition on et offline
- ◆ Mesurer l'efficacité des actions et ajuster les stratégies
- ◆ Fidéliser la clientèle des produits de luxe par l'expérience et la relation
- ◆ Aligner l'acquisition avec la plateforme de marque et la valeur perçue

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables marketing et communication des maisons de prestige, responsables CRM et expérience client, brand managers / chefs de marque luxe, responsables digital, e-commerce et acquisition dans le secteur du luxe

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Études de cas réels et benchmarks internationaux
- ◆ Ateliers collaboratifs et mises en situation
- ◆ Grilles d'analyse des parcours clients et matrices de conversion

PROFIL DE L'INTERVENANT

Spécialiste de la stratégie marketing, acquisition et engagement client pour les maisons de luxe

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Comprendre et segmenter la clientèle

- ◆ Panorama des clients du luxe : attentes, comportements et motivations
- ◆ Segmentation et ciblage stratégique
- ◆ Parcours client dans le luxe : touchpoints et moments de vérité

Déployer et optimiser la stratégie

- ◆ Techniques de génération de leads haut de gamme
- ◆ Storytelling et contenus de marque pour séduire la clientèle
- ◆ Événements et expériences exclusives : créer la désirabilité
- ◆ Gestion de la relation client et fidélisation
- ◆ Mesure de performance et optimisation continue
- ◆ Alignement acquisition – plateforme de marque

a'sfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfored.fr - www.asfored.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA intracommunautaire unique FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetti unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



SUBLIMER L'EXPÉRIENCE CLIENT DANS LE LUXE GRÂCE À L'INNOVATION DIGITALE

Dans un contexte où le digital et les technologies immersives redéfinissent l'expérience client, les maisons de luxe doivent combiner innovation et cohérence de marque pour rester désirables et exclusives.

Adoptez une approche pratique et stratégique pour intégrer le digital, les technologies immersives et les outils data dans la stratégie de marque, tout en respectant l'ADN et l'expérience premium du luxe.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Identifier les leviers digitaux adaptés au luxe
- ♦ Analyser les tendances technologiques et innovations immersives (VR, AR, phygital, métavers)
- ♦ Concevoir des parcours clients intégrant digital et expérience physique
- ♦ Exploiter les données clients pour anticiper les besoins et personnaliser l'expérience

PUBLIC CONCERNÉ

Directeur marketing et communication, brand manager, responsable CRM, responsable expérience client, innovation et transformation digitale, consultants.

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Études de cas
- ♦ Ateliers collaboratifs
- ♦ Mises en situation

PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert en transformation digitale, innovation et expérience client

NOUVEAU



Présentiel



25EACLUX03



7 heures



800 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Transformation digitale du secteur du luxe

- ♦ Les enjeux et tendances du digital dans le luxe
- ♦ E-commerce de prestige : spécificités, contraintes et opportunités
- ♦ Stratégie social media et influenceurs haut de gamme
- ♦ Technologies immersives : VR, AR, phygital, métavers

Mise en œuvre et activation

- ♦ Exploitation des données clients et personnalisation de l'expérience
- ♦ Alignement des initiatives digitales avec l'ADN et la plateforme de marque
- ♦ Mesure et suivi de la performance des actions digitales

a'sfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfored.fr - www.asfored.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA intracommunautaire unique FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetté unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



DÉPLOYER UNE STRATÉGIE DE LUXE RESPONSABLE ET DURABLE

NOUVEAU



Présentiel



25EACLUX04



7 heures



800 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

Le secteur du luxe est de plus en plus confronté à des attentes fortes en matière d'éthique, de durabilité et de transparence. Cette formation d'une journée propose une approche stratégique et opérationnelle pour intégrer les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) dans les maisons de prestige, tout en préservant l'exclusivité et la désirabilité de la marque.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Identifier les enjeux ESG spécifiques au luxe et leurs impacts sur la marque
- ◆ Mettre en place des actions concrètes de responsabilité sociale et environnementale
- ◆ Communiquer de manière transparente sur les engagements durables
- ◆ Aligner les initiatives durables avec l'ADN et la plateforme de marque

PUBLIC CONCERNÉ

Directeur marketing et communication, responsable développement durable, responsable achats et supply chain, brand manager, responsable expérience client, consultant et manager d'innovation.

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Ateliers collaboratifs et mises en situation
- ◆ Grilles d'analyse ESG et matrices de planification d'actions

PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert en ESG et durabilité pour les maisons de luxe

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Comprendre les enjeux du luxe durable

- ◆ Panorama des attentes clients et réglementations ESG dans le luxe
- ◆ Analyse des chaînes d'approvisionnement : matières, sourcing, traçabilité
- ◆ Certification, labels et standards éthiques pour le luxe

Intégrer et valoriser la durabilité

- ◆ Stratégies de communication transparente et storytelling responsable
- ◆ Marketing et expériences clients autour de la durabilité
- ◆ Gestion des risques : contrefaçon, greenwashing, réputation



FINANCER DES PROJETS CULTURELS COMPLEXES : MÉTHODES ET OUTILS

Face à la diversité et la complexité des dispositifs de financement, les professionnels de la culture doivent maîtriser le montage de dossiers, la stratégie de financement globale, l'optimisation des ressources et la relation avec des financeurs exigeants. Perfectionnez-vous pour construire des stratégies de financement sur mesure et sécuriser durablement vos projets culturels

NOUVEAU



Présentiel



25EACULT01



14 heures



1 200 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Diagnostiquer les opportunités et risques financiers pour un projet culturel complexe
- ♦ Élaborer une stratégie de financement intégrant sources publiques, privées et hybrides
- ♦ Optimiser les dossiers de demande de subvention
- ♦ Structurer une approche partenariale et de mécénat adaptée aux projets complexes
- ♦ Piloter la relation avec les financeurs
- ♦ Capitaliser sur les réussites et les retours d'expérience

PUBLIC CONCERNÉ

Directeur de structure culturelle, responsable de production ou de développement culturel, responsable administratif et financier

PRÉREQUIS

Pratique des dispositifs de financement publics et/ou privés

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Études de cas réels issus du secteur culturel et dossiers complexes
- ♦ Ateliers pratiques et simulations de montage de financements

PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert en financements et ingénierie financière des projets culturels complexes.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Identifier et structurer les sources de financement

- ♦ Financements publics nationaux, territoriaux et européens
- ♦ Mécénat, sponsoring et financements privés
- ♦ Critères d'éligibilité et attentes des financeurs
- ♦ Articulation et gestion des cofinancements

Définir une stratégie financière pour projets complexes

- ♦ Construction d'un plan de financement pluriannuel
- ♦ Optimisation du mix public / privé
- ♦ Analyse des risques et scénarios financiers
- ♦ Hiérarchisation des leviers de financement

Monter des dossiers et partenariats performants

- ♦ Structuration stratégique des dossiers de financement
- ♦ Valorisation de l'impact artistique, social et territorial
- ♦ Argumentaires pour financeurs exigeants
- ♦ Stratégies de mécénat et partenariats durables

Piloter, sécuriser et pérenniser les financements

- ♦ Budgets multi-sources et valorisation des ressources propres
- ♦ Suivi budgétaire et reporting financeurs
- ♦ Outils de pilotage et d'évaluation

asfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfored.fr - www.asfored.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA intracommunautaire unique FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetti unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



FINANCER UN PROJET CULTUREL GRÂCE AUX DISPOSITIFS FINANCIERS EUROPÉENS

Les financements européens représentent une opportunité stratégique pour les acteurs culturels. Cette formation propose une approche pratique pour comprendre le fonctionnement de l'Union européenne, identifier les programmes pertinents et construire un projet culturel éligible aux financements européens.

NOUVEAU



Présentiel



25EACULT02



21 heures



1 800 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Comprendre le fonctionnement de l'Union européenne et son cadre financier pluriannuel
- ◆ Identifier les programmes européens pertinents pour le secteur culturel et créatif
- ◆ Analyser les opportunités de financement selon la nature et l'échelle du projet
- ◆ Maîtriser Europe Créative et le sous-programme Culture
- ◆ Structurer un projet européen et planifier le montage d'une candidature
- ◆ Mobiliser les réseaux et ressources d'accompagnement disponibles en Europe
- ◆ Construire un plan d'action opérationnel pour candidater à un financement européen

PUBLIC CONCERNÉ

Responsable de projet culturel, chargé de développement culturel, directeur ou administrateur de structure culturelle, responsable des coopérations internationales et de la mobilité culturelle, agent de collectivité territoriale ou d'établissement public culturel, professionnel des secteurs culturels et créatifs.

PRÉREQUIS

- ◆ Expérience en montage ou gestion de projets culturels
- ◆ Connaissance du fonctionnement des structures culturelles

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Ateliers pratiques : analyse d'opportunités et construction de projet européen
- ◆ Outils opérationnels : trames de candidature, check-lists et guides des financeurs
- ◆ Feedback, échanges et capitalisation sur projets concrets

PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert des politiques culturelles et des financements européens.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

L'Union européenne et sa politique culturelle

- ◆ Construction européenne : enjeux politiques, économiques et culturels
- ◆ Institutions de l'UE, processus décisionnels et cadre d'action
- ◆ Évolution et objectifs de la politique culturelle européenne
- ◆ Priorités actuelles de l'UE en matière de culture et de coopération

Panorama des financements européens pour la culture

- ◆ Rôle stratégique des secteurs culturels et créatifs dans l'UE
- ◆ Présentation des principaux programmes (Europe Créative, Erasmus+, Horizon Europe, CERV, Interreg...)
- ◆ Critères d'éligibilité et typologies de projets financés
- ◆ Exemples et illustrations de projets soutenus

Focus sur Europe Créative et le sous-programme Culture

- ◆ Genèse, organisation et objectifs d'Europe Créative
- ◆ Pays éligibles, budgets, appels à projets et calendrier
- ◆ Parcours-type d'une candidature : de l'idée à l'évaluation

Monter un projet et être accompagné

- ◆ Appels à projets opérationnels (Culture Moves Europe, Coopération européenne)
- ◆ Modalités de candidature : formulaires, critères et évaluation
- ◆ Bonnes pratiques pour construire un projet européen solide
- ◆ Ressources et dispositifs d'accompagnement (Relais Culture Europe, Europe Direct, Régions, réseaux)



CONCEVOIR DES PROJETS CULTURELS INCLUSIFS

NOUVEAU



Présentiel



25EACULT03



14 heures



1 200 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

Les projets culturels ne se conçoivent plus uniquement pour des publics amateurs de culture: il est essentiel de connaître les publics sociaux et les cadres juridiques qui régissent les activités culturelles. Identifiez les publics prioritaires, maîtrisez leurs besoins et contraintes, et intégrez le droit culturel dans la conception et la gestion de vos projets.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Identifier les différents publics du champ social et leurs besoins spécifiques
- ◆ Analyser les enjeux sociaux et culturels liés à l'inclusion et à la médiation
- ◆ Maîtriser les principaux aspects du droit culturel applicables aux projets et structures
- ◆ Appliquer les règles juridiques dans la conception et la gestion de projets culturels
- ◆ Élaborer des stratégies de médiation adaptées aux publics sociaux
- ◆ Sécuriser la mise en œuvre de projets sur le plan légal et administratif

PUBLIC CONCERNÉ

Chargé de projet culturel ou éducatif, responsable de service ou de structure culturelle, médiateur culturel, animateur ou coordinateur d'actions culturelles au sein de collectivités territoriales ou d'établissements culturels.

PRÉREQUIS

Expérience dans la conception ou la mise en œuvre de projets culturels

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Ateliers pratiques et travaux opérationnels
- ◆ Outils et supports opérationnels : modèles de cartographie des publics, check-lists juridiques, trames pour la feuille de route et suivi des projets
- ◆ Feedback et échanges réflexifs

PROFIL DE L'INTERVENANT

Professionnel de l'ingénierie de projets et médiation culturelle.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Comprendre les publics du champ social

- ◆ Définition et typologie des publics sociaux
- ◆ Enjeux de l'accès à la culture et dispositifs d'inclusion
- ◆ Analyse des besoins, attentes et freins à la participation

Médiation culturelle et stratégies inclusives

- ◆ Conception de projets adaptés aux publics sociaux
- ◆ Techniques de médiation et outils pédagogiques pour favoriser l'accès à la culture
- ◆ Articulation entre contenu artistique et besoins du public
- ◆ Exemples de programmes culturels inclusifs réussis

Cadre légal et droit culturel

- ◆ Principes généraux du droit de la culture
- ◆ Statuts juridiques des structures culturelles
- ◆ Propriété intellectuelle et droits d'auteur dans les projets culturels
- ◆ Responsabilité civile et sécurité des participants dans les actions culturelles
- ◆ Réglementation liée aux publics spécifiques

Gestion juridique et administrative des projets

- ◆ Formalités et obligations pour accueillir des publics sociaux
- ◆ Assurance, sécurité et protection juridique
- ◆ Contractualisation avec partenaires et intervenants
- ◆ Bonnes pratiques de suivi et documentation des projets

a'sfired
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfired.fr - www.asfired.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA intracommunautaire FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetti unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



CONCEVOIR UNE MÉDIATION CULTURELLE ADAPTÉE AU JEUNE PUBLIC

NOUVEAU



Présentiel



25EACULT04



7 heures



600 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

La médiation culturelle auprès des jeunes enfants exige une approche adaptée à leur âge, à leurs besoins et à leur curiosité naturelle.

Cette formation d'une journée propose une approche pratique et transversale pour concevoir et mettre en œuvre des activités culturelles engageantes, ludiques et pédagogiques pour les enfants dès 2 ans, dans tous les domaines artistiques et culturels.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Identifier les besoins et caractéristiques du jeune public dès 2 ans
- ◆ Adapter les activités culturelles aux enfants
- ◆ Concevoir des projets de médiation culturelle variés et engageants
- ◆ Mettre en œuvre des pratiques inclusives et ludiques
- ◆ Évaluer l'impact et l'efficacité des actions de médiation

PUBLIC CONCERNÉ

Médiateur culturel, animateur ou éducateur culturel, chargé de projet ou responsable de programmation jeune public, professionnel de structure culturelle accueillant des enfants, enseignant ou intervenant culturel.

PRÉREQUIS

Pratique professionnelle en médiation, animation ou action culturelle

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Ateliers pratiques et travaux opérationnels
- ◆ Outils et supports opérationnels : trames d'ateliers, fiches pédagogiques, grilles d'observation, guides d'animation, etc.
- ◆ Analyse collective des projets

PROFIL DE L'INTERVENANT

Professionnel de la médiation culturelle et de l'éducation artistique à destination du jeune public.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Les fondamentaux du jeune public

- ◆ Développement cognitif, moteur et émotionnel des enfants dès 2 ans
- ◆ Les besoins spécifiques en termes d'attention, de participation et de sécurité
- ◆ Typologie des publics et segmentation par tranches d'âge

Médiation culturelle : principes et enjeux

- ◆ Définition et objectifs de la médiation culturelle
- ◆ Médiation transversale : arts plastiques, musique, théâtre, patrimoine, numérique
- ◆ Approches pédagogiques adaptées aux jeunes enfants

Méthodes et outils pour concevoir des activités

- ◆ Jeux, ateliers sensoriels et pratiques artistiques adaptés
- ◆ Narration, contes et parcours immersifs
- ◆ Utilisation des supports culturels et des espaces
- ◆ Intégration de la ludopédagogie

Inclusion et accessibilité

- ◆ Adapter les activités aux enfants en situation de handicap
- ◆ Créer un environnement sécurisé, stimulant et inclusif
- ◆ Favoriser la participation active de tous les enfants



MAÎTRISER LES TRANSFORMATIONS NUMÉRIQUES SUR LE MARCHÉ DE L'ART

NOUVEAU



Présentiel



25EACART01



14 heures



1 400 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

Le numérique transforme en profondeur le monde de l'art : nouvelles formes de création (art digital, NFT), modes de diffusion innovants (formats hybride, réalité virtuelle et augmentée), outils de gestion et de traçabilité (blockchain), usages de l'intelligence artificielle dans la création, expertise et la valorisation des œuvres. Maîtrisez les mutations en cours, identifiez les opportunités réelles pour votre activité, mesurez les limites et les risques.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Identifier les technologies numériques pertinentes
- ◆ Évaluer les opportunités et défis liés au numérique
- ◆ Appliquer les principes juridiques, éthiques et économiques aux projets numériques
- ◆ Intégrer une approche stratégique du numérique dans la gestion de collections et la pratique professionnelle.
- ◆ Coordonner les interactions avec prestataires, artistes et partenaires numériques.
- ◆ Concevoir ou accompagner des projets numériques

PUBLIC CONCERNÉ

Galeriste, marchand d'art ou art advisor, responsable de collection ou conservateur, artiste ou commissaire d'exposition, professionnel de musée, centre d'art ou institution patrimoniale, ou cadre en administration, juridique, développement ou communication impliqué dans des projets numériques.

PRÉREQUIS

Connaissance du fonctionnement du marché de l'art ou de la gestion des collections

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Présentations d'œuvres et supports numériques
- ◆ Fiches pratiques et modèles d'évaluation des projets numériques
- ◆ Étude de cas

PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert du marché de l'art et de la transition numérique des institutions et collections.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Comprendre les grandes transformations numériques du monde de l'art

- ◆ Identifier les principales technologies numériques (art digital, NFT, IA, VR/AR, blockchain)
- ◆ Situer ces évolutions dans leur contexte économique, culturel et institutionnel.
- ◆ Impacts sur les modèles de création, diffusion et commercialisation

Analyser les enjeux spécifiques pour les professionnels du marché de l'art

- ◆ Évaluer les opportunités du numérique en matière de création, diffusion, valorisation et commercialisation des œuvres.
- ◆ Comprendre les impacts sur la gestion des collections

Appréhender les cadres juridiques, éthiques et économiques

- ◆ Identifier les principaux enjeux juridiques liés au numérique.
- ◆ Comprendre les limites, risques et controverses.

Intégrer une approche stratégique et raisonnée du numérique dans sa pratique professionnelle

- ◆ Définir des usages pertinents et adaptés à une structure ou à une collection.
- ◆ Savoir dialoguer avec des prestataires, artistes et partenaires numériques.
- ◆ Initier ou d'accompagner un projet numérique simple et cohérent.

a'sfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfored.fr - www.asfored.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA d'assujetti unique FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetti unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



CONCEVOIR UNE STRATÉGIE MARKETING DIGITALE POUR LE MARCHÉ DE L'ART

NOUVEAU



Présentiel



25EACART02



14 heures



1 400 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

Dans un marché de l'art en pleine transformation digitale, maîtriser la communication digitale et les réseaux sociaux est devenu un levier incontournable pour accroître sa visibilité, promouvoir les artistes et collections et développer son activité. Cette formation propose aux professionnels du marché de l'art, une approche complète et pratique de la stratégie marketing et communication digitale.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Comprendre les enjeux de la communication digitale dans le marché de l'art
- ◆ Définir une stratégie digitale
- ◆ Construire une ligne éditoriale et un calendrier de publication
- ◆ Créer des contenus attractifs
- ◆ Programmer et diffuser efficacement ses publications
- ◆ Analyser les performances et optimiser sa stratégie digitale

PUBLIC CONCERNÉ

Galeriste, marchand ou art advisor, responsable de collection ou de structure culturelle, commissaire d'exposition ou chargé de projet artistique, chargé de communication ou marketing

PRÉREQUIS

Connaissances de base en marketing ou communication

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Études de cas issus du marché de l'art
- ◆ Ateliers pratiques et applicables
- ◆ Supports méthodologiques et fiches outils remis aux participants

PROFIL DE L'INTERVENANT

Expert en marketing digital et communication appliqués au marché de l'art.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Enjeux et stratégie du marketing digital dans le marché de l'art

- ◆ Spécificités du marché de l'art et rôle du digital dans la visibilité et la commercialisation
- ◆ Positionnement de marque et articulation entre discours culturel, éditorial et marketing
- ◆ Définition d'objectifs marketing et identification des publics cibles
- ◆ Panorama des canaux digitaux et indicateurs de performance (KPI)

Ligne éditoriale et création de contenus

- ◆ Construction d'une ligne éditoriale cohérente et différenciante
- ◆ Storytelling appliqué à l'art, aux artistes et aux collections
- ◆ Typologies de contenus et formats adaptés aux réseaux sociaux
- ◆ Principes de marketing visuel et cohérence avec l'identité de marque

Diffusion, pilotage et optimisation des actions digitales

- ◆ Planification des publications et organisation d'un calendrier éditorial
- ◆ Outils de diffusion et bonnes pratiques de régularité
- ◆ Analyse des performances et interprétation des résultats
- ◆ Ajustement de la stratégie et leviers d'optimisation



MOBILISER DES FINANCEMENTS PRIVÉS POUR LES ACTEURS DU MARCHÉ DE L'ART

NOUVEAU



Présentiel



25EACART03



14 heures



1 400 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

Dans un marché de l'art de plus en plus compétitif, la capacité à mobiliser des financements privés est devenue un levier essentiel. Cette formation propose une approche pragmatique et opérationnelle pour identifier les sources de financement les plus adaptées, structurer une stratégie efficace, concevoir des dossiers solides et mobiliser mécènes, investisseurs et plateformes de crowdfunding.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Identifier et qualifier les sources de financement privé
- ♦ Élaborer une stratégie de collecte adaptée à son projet
- ♦ Construire des dossiers et pitches convaincants
- ♦ Mettre en œuvre les outils et techniques de suivi

PUBLIC CONCERNÉ

Galeriste, marchand d'art ou responsable de maison de ventes, commissaire d'exposition ou responsable de projet, chargé du développement, du mécénat ou des partenariats, directeur de fondation ou d'institution culturelle

PRÉREQUIS

Connaissance de base des mécanismes de financement ou de développement de projets

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Études de cas
- ♦ Ateliers pratiques : construction de dossiers, pitches et plans de sollicitation
- ♦ Outils opérationnels : modèles de dossiers, grilles d'évaluation et outils de suivi

PROFIL DE L'INTERVENANT

Professionnel du financement privé et du mécénat appliqués au marché de l'art et aux institutions culturelles.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Explorer les sources de financement privé

- ♦ Comprendre les différents types de financement : mécénat d'entreprise, philanthropie, fondations, investisseurs privés
- ♦ Identifier les plateformes spécialisées et le crowdfunding adapté au secteur artistique
- ♦ Évaluer l'adéquation entre le type de financeur et le projet

Élaborer une stratégie de collecte efficace

- ♦ Définir des objectifs clairs et mesurables
- ♦ Identifier et profiler les financeurs potentiels
- ♦ Prioriser les actions et structurer un calendrier
- ♦ Intégrer la stratégie dans le plan global de développement du projet

Présenter son projet de façon impactante

- ♦ Rédiger un argumentaire clair, structuré et valorisant
- ♦ Présenter le projet de manière professionnelle et visuelle
- ♦ Mettre en avant les références, expériences et valeur ajoutée
- ♦ Adapter le discours en fonction du profil du financeur

Mettre en œuvre le suivi et pérenniser les partenariats

- ♦ Gérer et organiser la relation avec les mécènes et investisseurs
- ♦ Suivre les retombées et mesurer l'impact des actions
- ♦ Ajuster la stratégie
- ♦ Fidéliser les partenaires

a'sfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfired.fr - www.asfired.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA d'assujettissement unique FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujettissement unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE

MAÎTRISER LES ASPECTS JURIDIQUES ET FISCAUX DES ŒUVRES D'ART

NOUVEAU



Présentiel



25EACART04



14 heures



1 400 € HT
Individuels ou demandeurs
d'emploi, consultez-nous.

Le marché de l'art est encadré par un ensemble complexe de règles juridiques et fiscales, touchant à la propriété, la circulation, l'acquisition et la transmission des œuvres. Pour les professionnels, comprendre ces règles est essentiel pour sécuriser leurs transactions, conseiller leurs clients et optimiser la gestion patrimoniale des collections.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Comprendre le cadre juridique du marché de l'art.
- ◆ Maîtriser la fiscalité des œuvres.
- ◆ Appliquer les règles de circulation, d'exportation et d'importation des œuvres.
- ◆ Identifier les risques et les enjeux des transactions complexes.
- ◆ Intégrer les réglementations nationales et internationales pour sécuriser les opérations.

PUBLIC CONCERNÉ

Galeriste ou marchand d'art, opérateur de maison de ventes, conservateur ou responsable de collection, expert ou conseiller patrimonial, professionnel en charge de transactions internationales et d'export-import d'œuvres d'art.

PRÉREQUIS

Pratique des transactions, de la gestion patrimoniale ou des opérations internationales liées aux œuvres d'art

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Études de cas issues de situations professionnelles réelles
- ◆ Analyses de pratiques et échanges d'expériences
- ◆ Mises en situation et exercices appliqués

PROFIL DE L'INTERVENANT

Professionnel du droit et de la fiscalité appliqués aux œuvres d'art et aux transactions du marché de l'art.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Comprendre le cadre juridique du marché de l'art

- ◆ Droit de propriété, contrats d'achat-vente, consignation et dépôt
- ◆ Contrats, consignation et responsabilité des intermédiaires (galeries, maisons de ventes, experts)
- ◆ Réglementation nationale et internationale

Maîtriser la fiscalité applicable aux œuvres d'art

- ◆ TVA, droits de mutation,
- ◆ Fiscalité des transactions et des ventes aux enchères
- ◆ Fiscalité des collections privées et institutionnelles
- ◆ Optimisation légale et bonnes pratiques pour la gestion fiscale

Appliquer les règles de circulation et d'exportation/importation

- ◆ Réglementation douanière et certificats d'exportation
- ◆ Protection du patrimoine national et œuvres patrimoniales
- ◆ Enjeux internationaux pour les transactions et expositions

Analyser des cas concrets et élaborer des stratégies professionnelles

- ◆ Études de transactions complexes, ventes et acquisitions
- ◆ Risques et responsabilités des professionnels
- ◆ Mise en place de procédures internes et bonnes pratiques

asfored
edinovo

13 Rue Miollis, 75015 Paris - Tél. : 01 45 88 39 81 - inter@asfored.fr - www.asfored.org
LOCAUX ACCESSIBLES. PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, NOUS CONTACTER, CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE
SAS capital de 492 050 € - RCS Paris 799 042 262 - SIRET 799 042 262 00029 - APE 8559B - TVA FR39 799042262 - Déclaration d'activité n° 11 75 51508 75
Le numéro de TVA intracommunautaire FR19 922497227 (ASU ADONIS - 20 place Vendôme 75001 PARIS). Membre d'un assujetti unique.



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE



SÉCURISER LE TRANSPORT ET L'ASSURANCE DES ŒUVRES D'ART

NOUVEAU



Présentiel



25EACART05



7 heures



700 € HT
Individuels ou demandeurs d'emploi, consultez-nous.

Dans un marché de l'art où chaque déplacement d'œuvre engage des enjeux financiers, juridiques et réputationnels majeurs, la maîtrise du transport et de l'assurance est un véritable levier de sécurisation. Développez des méthodes concrètes : anticipation des risques, choix des assurances, procédures efficaces de transport, de manutention et de prêt, en France comme à l'international.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Évaluer les risques liés au transport des œuvres d'art.
- ♦ Maîtriser les mécanismes d'assurance applicables aux collections et expositions.
- ♦ Définir des protocoles sécurisés pour le déplacement des œuvres.
- ♦ Coordonner les prestataires des opérations logistiques.
- ♦ Concevoir des plans opérationnels pour réduire les risques.

PUBLIC CONCERNÉ

Galeriste ou marchand d'art, professionnel de maison de ventes, conservateur ou responsable de collection, commissaire-priseur ou logisticien spécialisé, chargé d'exposition, de foire ou de prêt d'œuvres.

PRÉREQUIS

Expérience professionnelle dans le marché de l'art ou la gestion d'œuvres

MODALITÉS D'ADMISSION

Questionnaire préparatoire pour recueillir le niveau et les attentes de l'apprenant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des connaissances (10 min)

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- ♦ Études de cas réels : analyse de sinistres et incidents pour tirer des enseignements pratiques.
- ♦ Mises en situation

PROFIL DE L'INTERVENANT

Professionnel de la logistique, du transport et de l'assurance des œuvres d'art.

PROGRAMME

Formation personnalisable selon vos besoins

Identifier les risques liés au transport des œuvres d'art

- ♦ Risques physiques, environnementaux et liés à la logistique
- ♦ Bonnes pratiques pour l'emballage et la manipulation

Comprendre le cadre des assurances des œuvres d'art

- ♦ Types d'assurances : transit, exposition, collection permanente
- ♦ Garanties, exclusions et responsabilités
- ♦ Évaluation des œuvres et fixation des montants assurés

Mettre en place des procédures de transport sécurisées

- ♦ Choix des transporteurs spécialisés et protocoles de manutention
- ♦ Organisation de la logistique pour foires, expositions et ventes
- ♦ Gestion des incidents et déclarations de sinistres



FORMATION CONTINUE

+33 1 45 88 39 81

inter@asfored.fr

13 rue Miollis - 75015 Paris

www.ecole-eac.com

www.asfored.org



a'sfored
edlinovo



L'ÉCOLE FRANÇAISE
DU MARCHÉ DE L'ART,
DE LA CULTURE ET DU LUXE