

Les indispensables pour monter sa galerie d'art

Module - Standard

Ref	Dates	Jours	Heures	Durée	Financement	CHF
335988	du 10.03 au 26.03.25	Lu Me	18 heures	18 heures		CHF 590

DÉFINITION

Cette formation a pour objectif de donner à tout entrepreneur ou employé désireux de créer ou de gérer au mieux une galerie d'art, de connaître tous les pièges et les règles de base souvent complexes qu'il est indispensable de connaître avant de "lancer" sa galerie d'art et d'éviter les nombreuses faillites courantes dans cette profession

PRÉREQUIS

Pas de pré-requis préalable

PUBLIC

Nécessité d'avoir un vrai intérêt / passion pour l'art ou besoin professionnel

EVALUATION ET TITRE DÉCERNÉ

Evaluation des acquis intégrés au projet professionnel de fin de formation pour ceux qui suivent le "certificat"

OBJECTIFS

1. Être capable de comprendre, au-delà des images d'Epinal, ce qu'est vraiment une galerie d'art
2. Être capable de définir son rôle vis-à-vis des artistes, des collectionneurs, des institutions, du public
3. Connaître les différents types de galerie : premier et second marché / De promotion / intermédiaire / commerciale / spécialisée etc.
4. Savoir comment fonctionner au quotidien. Organiser sa liste d'artistes ? Participer à des foires ?
5. Comprendre comment fonctionnent les institutions : fonds cantonaux, fondations, musées, centres d'art
6. Choisir, gérer, communiquer et établir la bonne relation avec les artistes
7. Faire vivre sa galerie grâce aux contacts collectionneurs, au second marché, aux commandes publiques ou de fondations, au second marché
8. Comprendre que l'économie d'une galerie d'art n'est pas rentable : comment s'en sortir ?
9. Connaître les principales règles déontologiques et de réputation

CONTENU

1. Quels sont les différents types de galeries (premier / second marché / spécialisée etc.) Les indispensables de la galerie de premier marché, de son fonctionnement et de ses rapports avec ses partenaires, artistes, collectionneurs. Financements, règles de déontologie etc...
2. Visite commentée du salon artgenève et des galeries qui y exposent. Interrogation de multiples professionnels. Quels choix pour exposer ? Le rôle central des foires dans le développement des galeries. Comment y entrer ?
3. Galeriste, promoteur d'artistes, chercheur, écrivain, animatrice, curatrice, chef d'entreprise etc... les 100 rôles que doit endosser le galeriste
4. L'artiste étant la matière première de la galerie, comment gérer ses relations avec lui ? Le galeriste est-il aussi agent d'artiste ? Relations, accords, contrats... Quel choix, comment décider de sa liste d'artistes et comment les attirer ?
5. Quelles sont les relations que le/la galeriste doit entretenir avec les institutions, les musées, les fondations. Comment fonctionne le financement des arts plastiques et les acquisitions des institutions ? Quels critères doit avoir une galerie et un artiste pour être éligible.
6. L'histoire d'une galerie romande depuis sa fondation par un passionné jusqu'à Art Basel et la reconnaissance de ses artistes. Les clés du succès ? Faut-il une ligne particulière ? Quelle importance de participer à des foires ? Et les problèmes de trésorerie ?

Méthode

- Présentiel
- Présentiel "in situ", hors les murs (dans les galeries etc.)
- Distanciel
- Mode projet
- Visites

INTERVENANTS

Professionnels des métiers de l'art

PROCHAINE RENTRÉE

du 10.03 au 26.03.25

CONTACT



E : creationvisuelle@ifage.ch
T : +41 (0)22 807 3082