

CHARTRE DES COMPÉTENCES

LE MARKETING À L' EXPORTATION *des biens et* services culturels

**Vous devriez
retrouver ce que vous
faites quelque part dans
la charte mais,
vous ne ferez nécessairement
pas tout ce qui est indiqué
sur la charte.**

www.crhsculturel.ca



Conseil
des ressources humaines
du secteur culturel

Cultural
Human Resources
Council

Le marketing à l'exportation des biens et services culturels

À l'intention des artistes et travailleurs autonomes en milieu culturel

Charte des compétences

“Nous vivons, en tant qu'artiste ou travailleur culturel, dans un monde en ébullition. Le contexte dans lequel nous pratiquons notre art change constamment. Les programmes gouvernementaux dont nous pouvons nous prévaloir diminuent d'année en année et sont de moins en moins accessibles étant donné la compétition qui croît en intensité. Le phénomène de la mondialisation s'accroît chaque jour si bien que, pour réussir, nous devons promouvoir notre art bien au delà de notre environnement immédiat.”

Extrait – **L'Art de gérer sa carrière** © Conseil des ressources humaines du secteur culturel, 2002.

Cette **Charte des compétences** devrait être utilisée avec le **Profil de compétences** développé par des artistes et des travailleurs autonomes en milieu culturel, grâce à l'appui financier du Ministère des Ressources humaines et Développement des compétences Canada. Ceci est une première étape dans le développement d'un guide sur le marketing à l'exportation des biens et services culturels. Tout organisme intéressé à organiser un atelier de formation en Marketing à l'exportation de biens et de services culturels est prié de communiquer avec la Gestionnaire principale de projets du CRHSC.

Principaux éléments de la charte :

- Une série de **champs de compétences** (CDC)
- On y trouve deux types de champs de compétences :
Sections A à H : **Compétences professionnelles**
Sections I à J : **Compétences générales**
- Chacun des champs de compétences a ensuite été décomposé en **tâches**, en **tâches spécifiques** et en **actions clés**

Le **Profil de compétences** du spécialiste en marketing à l'exportation des biens et services culturels présente l'inventaire des compétences requises telles qu'identifiées par des artistes et des travailleurs autonomes à partir de leur expérience et de leur expertise.

Visitez le site Web sur le Marketing à l'exportation des biens et services culturels : www.crhsculturel.ca.



Conseil des ressources humaines du secteur culturel
17, rue York, pièce 201, Ottawa (ON) K1N 9J6
Téléphone: (613) 562-1535
Télécopieur: (613) 562-2982
www.crhsculturel.ca

Le marketing à l'exportation Vous devez être capable

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

A. Évaluer l'opportunité d'exporter

- 1. Évaluer le niveau de préparation de l'organisme / de l'artiste
- 2. Évaluer le besoin d'exporter dans le cadre d'une stratégie globale
- 3. Déterminer si le produit est prêt pour l'exportation
- 4. Organiser les aspects financiers

B. Étudier tous les aspects des marchés d'exportation

- 1. Identifier les marchés et les débouchés à l'exportation
- 2. Vérifier les traités, lois et règlements internationaux applicables aux activités d'exportation
- 3. Chiffrer et valider les marchés d'exportation
- 4. Identifier la concurrence
- 5. Recenser ou déterminer des démarches d'exportation similaires
- 6. Déterminer les voies d'accès à ces marchés
- 7. Identifier des partenaires potentiels
- 8. Analyser les standards de l'industrie étrangère
- 9. Analyser les aspects interculturels

C. Élaborer un plan stratégique d'exportation

- 1. Développer une vision stratégique des activités d'exportation
- 2. Déterminer les objectifs du projet d'exportation
- 3. Identifier les ressources nécessaires
- 4. Établir un échéancier

D. Financer des projets d'exportation

- 1. Identifier les sources de financement
- 2. Établir un budget
- 3. Élaborer des propositions pour l'obtention de financement

Transportation des biens et services culturels

de...

COMPÉTENCES GÉNÉRALES

E. Élaborer une stratégie de mise en marché

- 1. Classer les marchés cibles par ordre de priorité
- 2. Établir une tarification
- 3. Identifier la chaîne de distribution
- 4. Préparer un plan de publicité et de promotion
- 5. Élaborer un matériel promotionnel
- 6. Préparer un plan de communication

F. Négocier des contrats et des ententes

- 1. Négocier des ententes de coproduction
- 2. Négocier les questions relatives à la propriété intellectuelle
- 3. Négocier les relations de travail
- 4. Négocier des contrats de représentation
- 5. Négocier des ententes de distribution
- 6. Négocier un contrat de tournée
- 7. Négocier la tenue d'expositions

G. Gérer des projets

- 1. Élaborer un plan opérationnel
- 2. Recruter les spécialistes nécessaires
- 3. Gérer les revenus et dépenses
- 4. Faciliter l'avancement du projet
- 5. Suivre l'évolution du projet
- 6. Évaluer le projet
- 7. Effectuer un suivi

H. Entretenir des relations

- 1. Identifier le type de relations souhaité
- 2. Établir de nouvelles relations
- 3. Entretenir les relations
- 4. Constituer des réseaux stratégiques

I. Communiquer

- 1. Communiquer oralement
- 2. Communiquer par écrit
- 3. Démontrer des habiletés interpersonnelles
- 4. Démontrer des habiletés linguistiques

J. Démontrer des habiletés personnelles

- 1. Négocier
- 2. Démontrer une sensibilité au milieu, au secteur culturel et aux différences culturelles
- 3. Se tenir au courant
- 4. Démontrer des capacités d'analyse
- 5. Démontrer des aptitudes pour la recherche
- 6. Utiliser les nouvelles technologies
- 7. Faire preuve de persévérance
- 8. Faire preuve d'initiative
- 9. Faire preuve de discernement
- 10. Résoudre des problèmes
- 11. Avoir une vision de l'avenir
- 12. Démontrer des aptitudes de leadership
- 13. Travailler en équipe
- 14. Démontrer des habiletés en gestion
- 15. Faire preuve de flexibilité
- 16. Démontrer des aptitudes pour la mise en marché
- 17. S'auto-évaluer
- 18. Faire preuve de professionnalisme
- 19. Se concentrer sur les objectifs

www.crhsculturel.ca