



FORMATION PROFESSIONNELLE CULTURE

PROGRAMME 2017 



www.arcade-paca.com

ARCADE
AGENCE DES ARTS DU SPECTACLE
PROVENCE - ALPES - CÔTE D'AZUR



DIRECTEUR

Bernard Maarek

SERVICE FORMATION

Fany Latargez

Caroline Bonheur

Anaïs Enon

Diankimba Diaby

COORDINATION DE LA PUBLICATION

Anaïs Le Floch

Service Formation

CRÉATION GRAPHIQUE

Natalia Leschi

Cette publication est gratuite et téléchargeable sur www.arcade-paca.com

Toute reproduction, intégrale ou partielle, ne pourra être faite sans le consentement du directeur. Le programme de formation 2017 de l'Arcade est communiqué sous réserve de modifications. L'Arcade ne pourra être tenue responsable d'éventuelles modifications ou annulations indépendantes de sa volonté.



IMPRIMÉ PAR IMPRIMERIE SIRIS

La marque imprimé vert garantit la gestion des déchets en aval de la production. La collecte et la valorisation des déchets se font par des prestataires agréés par l'État



IMPRIMÉ SUR DU CYCLUS

L'Écolabel Européen identifie des produits et services qui minimisent leur impact environnemental tout au long de leur cycle de vie.



La certification FSC c'est l'assurance de la traçabilité bois.

Vous tenez entre vos mains le programme 2017 des formations proposées par l'Arcade, à destination des professionnels du spectacle et des entreprises culturelles.

Toujours soucieuse de répondre aux besoins des acteurs de la culture, l'Arcade continue d'étoffer son offre et renouvelle le contenu de ses modules pour les rendre toujours plus opérationnels et pertinents. À destination de l'association culturelle comme de l'entreprise, vous trouverez dans ce catalogue un panel de formations vous permettant de renforcer vos compétences, d'en acquérir de nouvelles comme d'élargir vos champs de connaissances.

Découvrez les 55 modules courts, de 2 à 6 jours, couvrant tous les savoir-faire et compétences pour administrer, monter des projets et produire des spectacles, les diffuser, communiquer et développer ses publics.

Cette année, de nouvelles formations en communication numérique vous permettront de vous initier à la gestion professionnelle des réseaux sociaux et d'y faire circuler une vidéo promotionnelle. Vous pourrez également débiter dans la gestion financière de votre entreprise culturelle, assurer l'organisation d'un festival, ou encore, gagner en efficacité avec un module consacré à la prise de parole en public.

L'équipe formation de l'Arcade est à votre disposition, pour vous accompagner dans la construction d'un parcours personnalisé selon vos besoins, en complément du Conseil en Évolution Professionnelle (CEP), porté par les institutions de la formation et de l'emploi, que vous soyez en charge du plan de formation d'une structure, professionnel en activité ou en recherche d'emploi.

Grâce à son partenariat avec l'IESA, l'Arcade développe l'accessibilité de son offre aux financements de la formation professionnelle, tels que le Compte Personnel de Formation ou le Congé Individuel de Formation. N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus.

Enfin, l'Arcade remercie tous ses partenaires (INFA, IESA, ISTS, Les Têtes de l'Art, Espace Magnan, IMMS-ERAC) et tous les professionnels et anciens stagiaires qui nous permettent, chaque année, d'enrichir notre offre de formation et de rester au plus près des besoins du secteur, au service de la richesse et de la diversité culturelle.

SOMMAIRE

P6 Service formation

● EFFICACITÉ ET ORGANISATION DU TRAVAIL

- P8 Enrichir ses relations interpersonnelles dans le secteur culturel
 - P9 Prendre la parole en public
 - P10 Organiser le travail collaboratif
 - P11 Construire et exploiter sa base de contacts
-

● JURIDIQUE ET RÉGLEMENTATION

- P14 Déterminer le statut juridique de son entreprise culturelle
 - P15 Appliquer les fondamentaux juridiques :
contrats, droits d'auteur et fiscalité du spectacle
 - P16 Comprendre et appliquer les droits d'auteur et droits voisins
 - P17 Établir des contrats pour le spectacle vivant
 - P18 La sécurité des spectacles - ISTS
 - P18 Initiation à l'utilisation de matériel technique - La Régie culturelle régionale
-

● MONTAGE DE PRODUCTION

- P20 Concevoir et coordonner un projet de production
 - P21 Optimiser ses temps de résidences
 - P22 Organiser un festival ou un événement culturel
 - P23 Faciliter les échanges entre les équipes techniques et les lieux d'accueil
 - P24 Construire la stratégie de production d'un spectacle et assurer sa diffusion
-

● VENTE DE SPECTACLE

- P26 Diffuser un spectacle
 - P27 Musique et booking : prospector efficacement
 - P28 Argumenter et négocier pour la vente de spectacle
-

● PROJETS INTERNATIONAUX

- P30 L'anglais professionnel pour la production de spectacles
 - P31 Développer des projets artistiques internationaux
 - PROJETS CULTURELS EUROPÉENS
 - P32 Évaluer les modalités et les opportunités pour concevoir son projet européen
 - P33 Piloter un projet culturel européen
-

● FINANCEMENT DE PROJET

- P36 Se repérer dans les politiques publiques de la culture
 - P37 Construire le plan de financement de son projet de production
 - MÉCÉNAT CULTUREL ET PARTENARIATS PRIVÉS
 - P38 Évaluer les conditions et opportunités des partenariats privés
 - P39 Rechercher et associer de nouveaux partenaires privés
 - P40 Réussir sa campagne de crowdfunding
-

● GESTION FINANCIÈRE

- P42 Penser le modèle économique de son entreprise culturelle
 - P43 Mettre en place et utiliser des outils de gestion
 - P44 Tenir et suivre la comptabilité d'une entreprise culturelle
 - P45 Analyser les états financiers pour décider et piloter
 - P46 S'initier aux outils de prévision, de gestion et de suivi financier
-

● GESTION SOCIALE ET MANAGEMENT

- P48 Engager et rémunérer
 - P49 Gérer ses ressources humaines : outils et méthodes
 - P50 Manager une équipe au sein d'une entreprise culturelle
-

● STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- P52 Exprimer et promouvoir son projet à l'écrit et à l'oral
 - P53 Développer une stratégie de communication innovante
 - P54 Community management : développer sa présence en ligne
-

● OUTILS NUMÉRIQUES

- P56 Mener à bien son projet de site web
 - P57 Écrire pour le web
 - LES RÉSEAUX SOCIAUX : USAGE PROFESSIONNEL
 - P58 Facebook au service du projet culturel
 - P58 Twitter et Instagram au service du projet culturel
 - P59 S'assurer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux : les indispensables
 - P60 Wordpress - INFA
 - P60 Référencement naturel - INFA
-

● OUTILS DE COMMUNICATION

- P62 Renforcer ses relations presse et médias
 - P63 Réaliser une vidéo pour promouvoir son projet
 - P64 Réaliser des supports de communication papier
 - P65 Valoriser son projet par des supports de communication adaptés
 - P66 Photoshop - INFA
 - P66 InDesign - INFA
-

● RELATIONS AVEC LES PUBLICS

- P68 Repenser sa relation aux publics : sociologie des publics et des pratiques culturelles
 - P69 Concevoir un projet d'action artistique et culturelle
 - P70 Évaluer son projet et ses actions artistiques et culturelles
 - P71 Optimiser l'accessibilité aux personnes handicapées et à tous les publics
 - P72 Élaborer une stratégie de commercialisation de son offre culturelle
 - P73 Organiser la billetterie et préparer l'accueil de ses publics
-

● INFORMATIONS PRATIQUES

- P76 Organisation pédagogique
 - P77 Financements et inscriptions
 - P78 Lieux de formations et partenaires pédagogiques
 - P79 L'Arcade
-

LE SERVICE FORMATION DE L'ARCADE

CONTACTS

FANY LATARGEZ

Responsable

04 42 21 78 53

f.latargez@arcade-paca.com

CAROLINE BONHEUR

Responsable adjointe

04 42 21 78 62

c.bonheur@arcade-paca.com

ANAÏS ENON

Responsable de formation et de promotion

04 42 21 78 16

a.enon@arcade-paca.com

DIANKIMBA DIABY

Secrétaire administrative

04 42 21 78 64

formation@arcade-paca.com

● Une équipe à l'écoute et au service des employeurs, des salariés et plus largement de tout professionnel pour :

- Analyser les besoins des employeurs et les accompagner dans la construction de leur plan de formation
- Qualifier les demandes des salariés
- Informer, orienter, conseiller pour un parcours de formation, l'élaboration d'un projet professionnel ou le financement des formations

● Un espace de formation au cœur d'un lieu ressource :

- Des rencontres facilitées avec le service conseil-développement et le service emploi-entreprise de l'Arcade
- Un centre d'information et de documentation

● Un engagement qualité :

- Une relation personnalisée avec chaque participant : entretien préalable à toute inscription, information et conseil sur les démarches de financement, bilan et suivi de formation
- Un programme de formation en constante évolution avec l'appui de comités pédagogiques et un réseau de professionnels en activité
- Un accueil individuel et collectif de qualité
- Des locaux équipés, des espaces de documentation numérique, de rencontre et d'échange

The background of the page is a yellow topographic map with intricate contour lines. A large white semi-circle is cut out from the right side of the map, containing the title text.

EFFICACITÉ
ET ORGANISATION
DU TRAVAIL



ENRICHIR SES RELATIONS INTERPERSONNELLES DANS LE SECTEUR CULTUREL

**Des outils pour mieux communiquer, négocier,
résoudre les conflits**

● **3 JOURS**

17, 18 octobre
et 2 novembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en situation de présenter, négocier un projet, une idée en lien avec son équipe, les institutions, des partenaires ou des prestataires, dans les domaines de l'administration, la production, la communication ou la relation avec les publics.

INTERVENANT

CHRISTIAN MEYER,
directeur de production,
médiateur stratégique,
Le Carrefour des Abeilles /
Médiation Systèmes

Ce stage vous présentera des outils de communication essentiels pour améliorer la qualité de vos échanges professionnels : écouter le message verbal et non verbal, identifier ce qui fonctionne ou non dans la communication, rechercher les besoins de chacun, agir concrètement pour faire évoluer les relations. Et ainsi, apprendre à travailler avec des « personnalités » fortes, négocier efficacement et dénouer rapidement des situations conflictuelles.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre les enjeux spécifiques des relations interpersonnelles dans le secteur culturel
- Apprendre les bases d'une « nouvelle communication »
- S'entraîner à dialoguer de manière stratégique pour mobiliser les meilleures ressources au service du projet, en interne et en externe
- Négocier efficacement, dans le respect des personnes, pour un bénéfice mutuel

CONTENUS

Les bases de la communication au service d'un projet culturel

- Les attitudes courantes dans les rapports entre créateurs et gestionnaires
- Les apports de la communication interactionnelle « non normative »
- Préciser ses responsabilités, ses besoins et ses objectifs au sein de l'équipe et vis-à-vis de l'extérieur
- Mettre en place un cadre de communication

Apprendre et utiliser des outils simples de communication

- Communication verbale, non verbale et écoute active : repérer les paradoxes de la communication et en sortir
- La méthode D.E.S.C. : un outil pour obtenir un changement (Décrire Exprimer Spécifier Conséquences)
- Les différents types de questionnements et reformulations pour renforcer la qualité de la collaboration
- La coopération au quotidien et la reconnaissance des résultats

Négocier avec les partenaires

- Distinguer les collaborateurs : l'équipe artistique, technique, administrative et les prestataires extérieurs
- Identifier et clarifier ses propres intérêts et les meilleures solutions de rechange
- Connaître les quatre grands principes de la négociation raisonnée (Harvard Negotiation Project)

Résoudre les situations difficiles

- Dénouer les positions avec un (ou des) collaborateur(s) spécifique(s)
- Utiliser les techniques de médiation à l'occasion de situations conflictuelles
- Formaliser un accord de nature à satisfaire les différentes parties

PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

Organiser son discours, surmonter son trac et capter l'auditoire

Parler en public pour informer, convaincre et emporter l'adhésion, est un art qui s'apprend et se travaille. Ces deux jours vous initieront aux techniques de préparation de votre discours et vous donneront les clés pour l'adapter à votre auditoire ainsi qu'à toute situation. Vous apprendrez à maîtriser votre voix et vos gestes et à gérer vos émotions, pour faire que votre parole compte.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Révéler son potentiel de communicant
- Identifier son environnement et l'auditoire auquel s'adresser
- S'approprier les concepts clés pour préparer sa prise de parole : méthodes et outils
- Gérer sa prise de parole : une affaire de voix mais surtout de gestuelle

CONTENUS

La prise de parole : écouter et se faire écouter

- Discours et parole
- L'écoute active : moyens et méthodes
- Ajuster son discours tout au long de son intervention

Préparer sa prise de parole

- Garder son objectif en tête pour une prise de parole efficace
- Les différentes situations de prise de parole : improvisée, imprévue, spontanée, préparée...
- Adapter son discours afin de servir son objectif

Organiser son discours selon la situation

- Adapter son ton : intonation, débit, volume, timbre...
- Appuyer sa prise de parole par la gestuelle
- Gérer son temps de parole
- Susciter l'intérêt et garder la parole

Gérer sa prise de parole

- S'adapter aux imprévus : humains et contextuels
- Gérer son trac et ses émotions
- Conclure et clore le débat

- Cette formation alterne apports théoriques et mises en situation à partir de techniques théâtrales (improvisation, sketches individuels ou collectifs).

● 2 JOURS
22 et 23 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Cette formation s'adresse aux professionnels du secteur du spectacle vivant et de la culture susceptibles de prendre la parole en public.

INTERVENANT

ERIK LACHAUD,
formateur (formé à la PNL,
l'analyse transactionnelle, la
process-com), comédien, metteur
en scène (théâtre, improvisation,
clown, cirque)

ORGANISER LE TRAVAIL COLLABORATIF

La conduite de réunion et les outils numériques partagés

● 2 JOURS

20 et 21 avril 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Cette formation s'adresse aux professionnels en situation de travail collaboratif et/ou de management d'une équipe.

Directeur, délégué et secrétaire général, administrateur, coordinateur de projet, responsable et chargé de communication, des relations avec les publics, administrateur et chargé de production, régisseur, manager...

INTERVENANT

KARIM GUERCH, directeur Klakson développement artistique, Regarts, boîte de production, intervenant à l'Institut Catholique de Toulouse (ICT)

Cette formation vous offre des outils pour améliorer le travail collectif au sein de votre équipe ou avec des partenaires extérieurs. Elle enrichira votre pratique de la réunion pour en faire un moment créatif, productif et décisionnel et vous présentera un panel d'outils numériques de partage qui faciliteront le travail collaboratif.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Choisir un mode de travail collaboratif ou coopératif
- S'appropriier les outils du travail collaboratif
- Préparer et animer une réunion

CONTENUS

Les outils du travail collaboratif

- Le collectif au travail/le travail collectif : coopération et collaboration
- Les réseaux numériques comme outils de la communication interne
- Les outils numériques du travail collaboratif : messagerie, visioconférence, espace de stockage, agenda partagé...

La réunion : un outil majeur

- Les différents types de réunion
- Les étapes de préparation d'une réunion et les documents à partager
- Fixer les objectifs et les attendus de la réunion

Animer une réunion

- Le déroulement d'une réunion : gestion du temps/écoute/échanges...
- S'adapter aux imprévus : contextuels et humains
- Organiser les décisions et clore une réunion : le relevé de décisions, le compte rendu et le plan d'action

CONSTRUIRE ET EXPLOITER SA BASE DE CONTACTS

Optimiser la conception de sa base de données sur un tableur et exploiter efficacement ses contacts

Cette formation s'adresse à tous ceux qui ont créé leurs bases de contacts de manière empirique et qui en estiment la gestion inefficace et chronophage. Ce module vous permettra d'acquérir les fondamentaux dans la conception et la gestion d'une base de contacts, d'améliorer votre utilisation d'un tableur et tirer partie de ses fonctionnalités. À son issue, vous saurez exploiter vos contacts de manière performante, tout en respectant le cadre juridique spécifique à l'exploitation des données personnelles.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître et respecter la réglementation des fichiers de données
- Identifier les principes fondamentaux d'une base de données et choisir son outil
- Construire et alimenter un fichier de contacts
- Gérer ses campagnes d'information

CONTENUS

Les principes fondamentaux et les enjeux juridiques

- Connaître les fondamentaux de la protection des données personnelles et le rôle de la CNIL
- Évaluer les précautions à prendre et les démarches à effectuer
- Choisir son outil de base de données

La construction d'une base de contacts

- Qualifier ses données selon son activité
- Connaître les fonctionnalités d'un tableur
- Organiser la structure de sa base

L'enrichissement et la mise à jour

- Ordonner, trier et éliminer les doublons
- Gérer les imports-exports de contacts
- Intégrer les données externes

La relation avec la stratégie de développement

- Opérer des tris par thématiques
- Éditer des tableaux statistiques
- Utiliser ses données pour les campagnes d'e-mailing
- Mettre à profit ses données pour l'édition de documents

● 3 JOURS

16, 17

et 18 octobre 2017

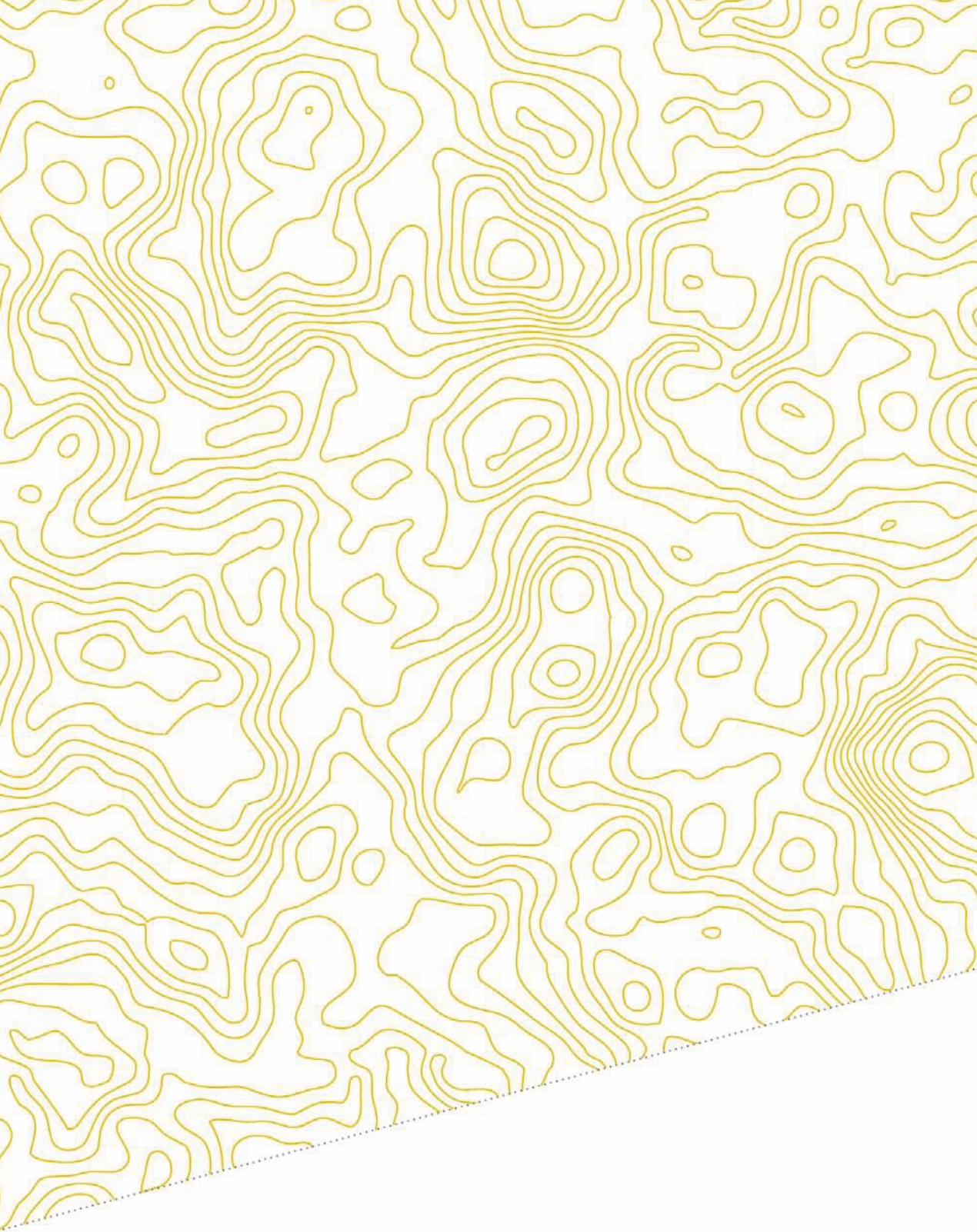
AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne, acteur culturel, utilisant un fichier de contacts à des fins de communication, diffusion ou programmation.

INTERVENANTE

*AGNÈS WANDERSCHIED,
consultante en communication
et relations avec le public,
Le Carrefour des Abeilles*



The background of the page is a topographic map with yellow contour lines on a white background. A large white semi-circle is positioned on the right side, containing the title text. The text is in a bold, sans-serif font, with the letters 'R' in 'JURIDIQUE' and 'O' in 'RÉGLEMENTATION' highlighted in red. The semi-circle's edge is defined by a dotted line.

JURIDIQUE ET
RÉGLEMENTATION



● 2 JOURS

2 et 3 octobre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la création ou du développement d'une structure, du montage de projet, de la recherche de financement, secrétaire général, administrateur, chargé de production.

INTERVENANTE

CATHERINE MAISONNEUVE,
consultante en gestion
d'entreprise culturelle

DÉTERMINER LE STATUT JURIDIQUE DE SON ENTREPRISE CULTURELLE

Le choix du statut, les obligations réglementaires et la gouvernance

Cette formation vous permettra de faire le point avant de prendre des décisions juridiques structurantes qui auront un impact durable sur la manière de travailler dans votre entreprise culturelle.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Déterminer le statut juridique approprié selon l'activité de la structure
- Évaluer les conséquences sociales et fiscales
- Animer un groupe de décision

CONTENUS

Identifier les obligations réglementaires spécifiques aux métiers et activités de la culture

- Les licences et le code APE
- Les différents métiers : exploitant, producteur, diffuseur, organisateur
- La spécificité du régime de l'intermittence

Déterminer le statut juridique selon ses objectifs

- Les critères de choix
- Les différentes formes juridiques des personnes morales : Association, SARL, SA, SCOP, SCIC, GIE...
- Les statuts professionnels des personnes physiques : auteurs, artistes, micro-entrepreneurs, travailleurs indépendants, salariés...
- Les aspects fiscaux et sociaux
- Les points de vigilance de la multi-activité

Animer la vie juridique d'une entreprise culturelle

- Les rôles, pouvoirs et responsabilités des organes de gestion : dirigeant, directeur salarié
- Les règles de gouvernance
- La tenue des AG et CA : organisation, quorum, procès verbal

APPLIQUER LES FONDAMENTAUX JURIDIQUES : CONTRATS, DROITS D'AUTEUR ET FISCALITÉ DU SPECTACLE

Les « essentiels » pour contractualiser sur des bases juridiques, fiscales et financières fiables

Une formation indispensable pour progresser dans votre activité conformément au cadre réglementaire et fiscal, tout en ayant des relations contractuelles claires. À l'issue du stage, vous serez capable de formuler les bonnes questions, de comprendre les formalités administratives incontournables et de limiter les risques juridiques et financiers.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Opter pour un statut juridique adapté à son activité, à son projet
- Sécuriser la relation contractuelle et choisir le contrat approprié
- Intégrer, dans l'élaboration d'une production, d'une manifestation et dans tout contrat, les données relatives aux droits d'auteur et droits voisins
- Identifier les critères d'assujettissement aux impôts et taxes
- Connaître la fiscalité applicable selon les cas de figure

CONTENUS

La détermination du statut social et fiscal des parties

- L'identification des statuts et les conséquences en matière de contractualisation, de rémunération, de déclaration
- Les obligations réglementaires spécifiques aux entreprises de spectacle vivant (licence, numéro d'objet...)

Les droits d'auteur et droits voisins

- Les principes généraux et champs d'application du droit d'auteur et des droits voisins
- Les conditions, modalités et démarches pour la protection de l'œuvre
- Les modes d'exploitation de l'œuvre et les formes de rémunération
- Les repères indispensables à une contractualisation qui préserve les droits des parties

Les contrats pour le spectacle

- Les vérifications préalables
- Les bases de la théorie synallagmatique (contrats entre deux parties)
- La distinction et le choix du contrat : commande, cession, coproduction, coréalisation, préachat, marché public, convention de partenariat, accueil en résidence
- La pratique de la délégation
- La régulation des conflits de valeur ou d'intérêt

La fiscalité

- Les principes généraux du droit fiscal
- La détermination des règles fiscales applicables aux entreprises
- Les impôts et les taxes

● **4 JOURS**

21, 22, 23
et 24 mars 2017

NICE
ESPACE MAGNAN

PUBLIC

Toute personne souhaitant acquérir les bases essentielles à la négociation, à l'élaboration et à la gestion des contrats du spectacle : artiste, producteur, manager, diffuseur ou organisateur de spectacles (permanent ou occasionnel).

Cette formation s'adresse également aux agents des collectivités territoriales qui contractualisent avec des entreprises culturelles et des artistes.

INTERVENANTE

CATHERINE MAISONNEUVE,
consultante en gestion
d'entreprise culturelle

● **3 JOURS**
27, 28 et 29 mars 2017
AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la négociation et de l'élaboration des contrats dans une compagnie, un groupe de musique, une structure culturelle : artiste, chargé d'administration, de production, de diffusion.

Elle est également ouverte aux agents des collectivités publiques qui contractualisent avec des entreprises culturelles et des artistes.

INTERVENANTE

CATHERINE MAISONNEUVE,
consultante en gestion
d'entreprise culturelle

COMPRENDRE ET APPLIQUER LES DROITS D'AUTEUR ET DROITS VOISINS

De la création à l'exploitation de l'œuvre

Cette formation vous permettra d'appréhender les grands principes des droits d'auteur, de leur protection et de leur rémunération, de leur gestion privée ou collective. Elle abordera ensuite de manière concrète leurs applications aux situations que vous rencontrerez, depuis la production jusqu'à la diffusion ou la circulation de l'œuvre.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Intégrer les données relatives aux droits d'auteur et aux droits voisins dans l'élaboration d'une production et dans tout contrat
- Préserver les intérêts de chacune des parties et limiter les risques juridiques
- Maîtriser les modes de protection et de rémunération

CONTENUS

Le cadre général

- La distinction du droit d'auteur des autres formes de protection (code de la propriété intellectuelle)
- Les principes généraux et champs d'application du droit d'auteur, leur signification (droit moral, droits patrimoniaux), leur durée, leur limite
- L'application ou l'exigence des droits voisins : rémunération équitable et rémunération pour copie privée
- L'actualité à l'échelle européenne et internationale

L'auteur, l'œuvre et son exploitation

- Le statut de l'auteur, de l'artiste interprète
- Les sociétés de gestion collective des droits, les principes et les mécanismes de répartition
- La protection et l'exploitation (diffusion, commercialisation) de l'œuvre
- Le copyright
- L'application du droit à l'image

Analyse et application

- Rôle et statut (social et juridique) des différents intervenants de l'œuvre (créateur, artiste interprète, producteur, manager, organisateur)
- Les rémunérations : droits d'auteur, redevances, cachets, répartitions collectées
- La gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins
- La protection des œuvres, des interprétations et des titulaires des droits
- Les sociétés de gestion : contractualisation, rémunération, calculs, relevés et paiements

ÉTABLIR DES CONTRATS POUR LE SPECTACLE VIVANT

De la négociation à la rédaction du contrat, dans le respect du cadre réglementaire

Cette formation vous permettra de rédiger, de lire et d'amender un contrat qui vous engage pour que la relation avec votre partenaire se déroule dans les meilleures conditions. Une grande variété de situations et de contrats du spectacle vivant sera examinée pour contracter efficacement avec un partenaire privé ou public.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Écrire, lire, amender un contrat dans le respect de l'équilibre des parties
- Établir un contrat pour anticiper les éventuels aléas de la relation professionnelle
- Connaître et respecter le cadre réglementaire qui permet l'exécution du contrat

CONTENUS

- La vérification de la détention de la licence d'entrepreneur de spectacles
- Les bases de la théorie synallagmatique (contrats entre deux parties)
- La contractualisation avec les collectivités territoriales : marchés publics, délégations de service public, subventions
- Le choix, la formulation
- La rédaction et le contrôle des contrats : commande, cession, coproduction, coréalisation, accueil en résidence
- Les conventions de partenariat
- L'analyse et les applications sur les pratiques et documents contractuels des participants

● **3 JOURS**

15, 16 et 17 mai 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de l'administration, de la production, de la diffusion ou toute personne chargée de l'élaboration ou du suivi des contrats dans une compagnie, un groupe de musique ou une structure culturelle.

Cette formation est également ouverte aux agents des collectivités publiques qui contractualisent avec des entreprises culturelles et des artistes.

INTERVENANTE

CATHERINE MAISONNEUVE,
consultante en gestion
d'entreprise culturelle

INITIATION À L'UTILISATION DE MATÉRIEL TECHNIQUE POUR L'ORGANISATION D'UN SPECTACLE

● 4 JOURS

BOUC-BEL-AIR

LA RÉGIE CULTURELLE RÉGIONALE

Devant l'utilisation croissante de son parc de matériel, la Régie culturelle régionale a souhaité répondre efficacement aux problèmes de dysfonctionnement et de dégradation, par l'information. Elle a mis en place des jours de formation sur l'organisation générale d'un spectacle, la sécurité et les notions élémentaires de la chaîne sonore et lumière. Il en va de la sécurité des personnes et de la bonne maintenance du matériel. Ce matériel étant mutualisé, le bon usage de chacun conditionne la qualité du service pour tous.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Acquérir les bases théoriques dans l'organisation technique d'un spectacle
- Savoir faire un choix de matériel auprès de la Régie culturelle régionale
- Mettre en œuvre une petite installation son et lumière
- Acquérir les notions de base de sécurité

CONTENUS

- L'organisation générale d'un spectacle et la sécurité
- L'énergie électrique dans le spectacle vivant
- La chaîne lumière, notions élémentaires
- La chaîne sonore, notions élémentaires

PUBLIC

Toute personne membre d'une association organisant des spectacles, débutant.

● RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

www.laregie-paca.com

Rubrique : Services aux publics > Formations

PHILIPPE GALLI - 04 42 94 92 00

p.galli@laregie-paca.com

FORMATION SPÉCIFIQUE À LA SÉCURITÉ DES SPECTACLES

Pour les demandeurs de la licence d'entrepreneur de spectacle 1^{ère} catégorie

● 5 JOURS

La circulaire du 13 juillet 2000 relative à la licence d'entrepreneur de spectacles rappelle l'obligation faite aux demandeurs de cette licence d'être formés à la prévention des risques dans les lieux de spectacles, si la structure qu'ils représentent est dépourvue de personnel compétent en la matière. La formation proposée répond à cette obligation tout d'abord en sensibilisant les participants à la multiplicité et à la complexité des risques liés à la diffusion de spectacle vivant, puis en apportant des informations leur permettant d'exercer leur responsabilité en toute connaissance de cause. Cette formation reste cependant accessible à toute personne souhaitant parfaire ses connaissances des règles et usages en matière de prévention des risques dans le spectacle vivant, mais n'entend pas traiter l'approche opérationnelle de ces questions qui relève, elle, de formations spécifiques destinées à des techniciens.

CONTENUS

Notions de prévention des risques

- Cadre juridique et exercice des responsabilités
- Délits et conséquences pénales - Réglementation incendie et E.R.P. (Établissements Recevant du Public), de types « L », « CTS » et « PA »
- Gestion de la sécurité dans le spectacle vivant et code du travail
- Équipement du lieu de spectacles et mise en œuvre de la prévention incendie

Vérifications périodiques obligatoires

- Formations, habilitations et autorisations
- Déploiement des secours

Démarche de prévention des risques et Document Unique

Examen permettant la délivrance de l'attestation de stage

● RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

www.ists-avignon.com

LAURA CALMELS - 04 90 14 14 17

laura.calmels@ists-avignon.com

L'ISTS est agréé par le ministère de la Culture et de la Communication pour délivrer cette formation.

The background of the page is a topographic map with yellow contour lines on a white background. A large white semi-circle is positioned in the upper right quadrant, containing the title text. The text is in a bold, sans-serif font, with the letters 'G' in 'MONTAGE' and 'C' in 'PRODUCTION' highlighted in red. The semi-circle's edge is defined by a dotted line.

MONTAGE
DE PRODUCTION



CONCEVOIR ET COORDONNER UN PROJET DE PRODUCTION

Construire une vision globale pour une mise en œuvre stratégique

● 4 JOURS

30, 31 janvier,
1^{er} février et 9 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la production ou de la diffusion au sein d'un lieu, d'une compagnie, d'un groupe ou d'un ensemble musical, programmateur, directeur ou agent des services culturels des collectivités ; tout autre professionnel souhaitant connaître les mécanismes et le contexte du montage d'une production.

INTERVENANTS

LAURE GUAZZONI,
consultante, formatrice et coach
Arts, Cultures & DD

LAURENT CARMÉ,
chargé de production et de
diffusion

Cette formation vous permettra d'appréhender l'ensemble du projet de création artistique et de son environnement avant de constituer et fédérer une équipe, rassembler des moyens et des partenaires autour du projet. À son issue, vous serez capable d'en dresser les principales étapes et les différentes options qui s'offrent à vous, sans jamais perdre de vue sa faisabilité.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Analyser, comprendre et positionner le projet de production
- Étudier les conditions de faisabilité de la production en vue de sa diffusion
- Organiser la réalisation de sa production avec son équipe et ses partenaires

CONTENUS

Analyse du projet et de son environnement

- Le périmètre du projet
- Les éléments constitutifs du projet
- Les autres dimensions du projet : aspects techniques, juridiques, économiques
- La structure porteuse du projet
- Les statuts et le profil des personnes
- Les fonctions du porteur du projet : chargé de production, coordinateur, entrepreneur

L'approche globale du projet

- La cartographie du projet de création
- Les bases de la communication interpersonnelle
- La projection des modalités de réalisation

Outils et moyens de la production

- Les moyens de la production : résidence, artiste associé, coproduction, coréalisation
- La planification du projet : création, exploitation, retour sur investissement
- La traduction du projet dans un document de communication

L'analyse de la faisabilité du projet

- Les critères financiers, humains, organisationnels et techniques
- Le réseau et l'approche partenariale diffuseur/créateur
- Les différents scénarios

OPTIMISER SES TEMPS DE RÉSIDENCES

Construire, organiser et valoriser un temps de résidence artistique

Une formation courte et opérationnelle pour exploiter au mieux ses temps de résidence : bien choisir son lieu d'accueil, avoir un plan de travail et des objectifs réalistes, valoriser le temps de résidence et réussir sa présentation d'étapes de travail et ses actions culturelles.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Distinguer les différents types de résidences existants
- Construire un projet de résidence
- Établir un partenariat qui met en adéquation les objectifs de l'artiste et du lieu d'accueil

CONTENUS

Préciser la notion de résidence

- Les différentes formes de résidence
- Trouver le lieu adapté à sa création : les lieux de résidence, les studios...
- Repérer les missions des lieux et les réseaux
- Tisser des liens avec les territoires

L'encadrement des projets de résidence

- Le cahier des charges des lieux accueillant des résidences
- Les dispositifs de soutien financier : sociétés civiles, fondations, institutions...
- La convention de résidence

Définir le projet de résidence

- Définir les objectifs du temps de résidence dans le projet global de production, de diffusion, de développement de l'artiste ou de sa compagnie
- Comprendre les missions et les enjeux du lieu d'accueil
- Préciser les termes de l'échange : mise à disposition d'un lieu, moyens financiers, techniques et humains, action auprès des publics...

Valoriser le temps de résidence

- Proposer des actions culturelles (ateliers, rencontres...)
- Préparer sa sortie de résidence : la présentation au public et aux professionnels
- Évaluer le travail en résidence et dresser un bilan

● 2 JOURS

24 et 25
octobre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Artiste, toute personne en charge de la production, de la diffusion, du développement d'une création ou tout acteur culturel souhaitant connaître les mécanismes d'élaboration d'une résidence.

INTERVENANT

CÉDRIC MARTIN, administrateur, directeur de production, Pôle National des arts du cirque de Cherbourg-Octeville, Le Lieu Unique, Estuaire Nantes/Saint Nazaire, Le Voyage à Nantes, Marseille-Provence 2013, Lieux Publics

ORGANISER UN FESTIVAL OU UN ÉVÉNEMENT CULTUREL

Logistique, budget, rétroplanning et coordination des équipes artistiques et techniques

● **3 JOURS**
13, 14 et 15 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en capacité d'administrer et de manager une équipe : organisateur permanent ou occasionnel, directeur, responsable de service, directeur de projet, agent des collectivités, personnel de centre culturel, régisseur, attaché de production...

INTERVENANT

*PHILIPPE MACHEMEHL,
directeur technique,
régisseur général*

Un festival est un moment court et intense qui nécessite une préparation méticuleuse. Cette formation vous donnera une vue d'ensemble et vous apportera la méthodologie pour organiser et garder le contrôle sur le déroulement de votre événement.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Appliquer une méthodologie de travail, de budgétisation et de planification
- Monter et gérer les équipes de la production, de la technique et de l'accueil
- Connaître les dimensions organisationnelles liées au lieu et à la programmation
- Préparer ses outils de communication en amont et sur site

CONTENUS

La réglementation et les responsabilités

- Définir les responsabilités de l'organisateur
- Connaître les démarches réglementaires et les autorisations légales
- Recevoir la commission de sécurité, connaître les notions de prévention
- Considérer les droits en matière de captation d'images

L'élaboration du projet

- Identifier les différents types de festival et repérer les lieux possibles
- Adapter sa programmation artistique
- Constituer ses équipes et accompagner les bénévoles

Le budget prévisionnel, le financement et la contractualisation

- Construire le budget de la manifestation
- Rechercher les financements extérieurs
- Co-organiser avec un partenaire (associatif, municipal, producteur...)

La logistique en accord avec les besoins

- Élaborer le planning technique (préparation, matériel, montage, démontage)
- Préparer le planning artistique (contrats, matériel, hébergements, transports, loges)
- Prévoir l'accueil de son public et de ses équipes (accès, confort, sécurité, postes de secours)

Un festival inscrit dans la durée

- Développer des actions éco-responsables
- Gérer sa communication en amont et sur le site (charte graphique, médias, signalétique)
- Répertorier les éléments nécessaires au bilan moral et financier

FACILITER LES ÉCHANGES ENTRE LES ÉQUIPES TECHNIQUES ET LES LIEUX D'ACCUEIL

Comprendre les métiers, le vocabulaire et la fiche technique pour collaborer efficacement

Cette formation fournit les éléments indispensables pour travailler efficacement avec les techniciens du spectacle : le langage, les métiers et l'organisation d'une équipe technique. Le stage se concentrera sur les outils opérationnels essentiels pour collaborer efficacement : la fiche technique du spectacle et celle d'un lieu d'accueil.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre et utiliser le vocabulaire technique
- Déchiffrer la fiche technique d'un spectacle
- Caractériser le fonctionnement d'une équipe technique
- Traduire la fiche technique d'un lieu d'accueil de spectacle

CONTENUS

Le langage technique

- La terminologie liée à la technique
- Les métiers de la technique
- La chaîne son et la chaîne lumière
- Les éléments vidéo et multimédia

Déchiffrer la fiche technique d'un spectacle

- La composition d'une fiche technique
- Les fiches son et les fiches lumière
- Rechercher les informations nécessaires à l'élaboration de la fiche technique

Le fonctionnement technique d'un lieu d'accueil et de résidence

- Équipement et infrastructure des lieux : salles de concert, théâtre, chapiteau, espace public, salle municipale...
- Décrypter la fiche technique d'un lieu d'accueil
- Négocier les aspects techniques avec le lieu d'accueil

- Une mise en application *in situ* aura lieu sur le plateau technique du Grand Théâtre de Provence.

● 2 JOURS

9 et 10 mai 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la production ou de la diffusion, artiste, programmateur, agent des services culturels des collectivités souhaitant connaître les enjeux et le fonctionnement des aspects techniques de la production et de la diffusion d'un spectacle.

INTERVENANTS

CYRIL MOLINA,
directeur technique
THOMAS GOEURLOT,
chargé d'affaires, Texen

CONSTRUIRE LA STRATÉGIE DE PRODUCTION D'UN SPECTACLE ET ASSURER SA DIFFUSION

L'essentiel pour penser son projet de production de sa conception à sa diffusion

● **5 JOURS**

27, 28, 29 novembre,
6 et 7 décembre 2017

NICE
ESPACE MAGNAN

PUBLIC

Toute personne en charge de la production et de la diffusion au sein d'un ensemble musical, d'une compagnie, d'un lieu.

INTERVENANT

CHRISTIAN MEYER,
directeur de production,
médiateur stratégique,
Le Carrefour des Abeilles /
Médiation Systèmes

Cette formation vous offre les bases essentielles pour bâtir un projet de production, depuis sa conception jusqu'à sa diffusion. Elle vous offre des outils et méthodes pour aborder chaque étape : processus de création, montage financier, contractualisation, plan de diffusion. Ce module insiste sur les conditions de faisabilité et la prise en compte du juste positionnement du projet et de la diffusion dès sa conception.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Analyser, comprendre et positionner le projet
- Étudier les conditions de faisabilité en termes de production et de diffusion
- Intégrer les enjeux de la diffusion dès la création
- Élaborer une stratégie de diffusion : identifier les réseaux et mettre en place des outils de travail efficaces
- Développer un argumentaire de vente

CONTENUS

Analyse du projet et de son environnement

- L'environnement économique lié à la production et à la diffusion
- Le contexte territorial
- La structure porteuse du projet artistique

Le montage du projet artistique

- Les fonctions du chargé de production et de diffusion
- La cartographie du projet
- Les résidences de création
- Les aspects techniques
- Le montage financier de la production : les partenaires possibles (public, privé)
- Le budget prévisionnel
- Les contrats de cession, de coréalisation, de coproduction
- Présentation du projet et argumentaire

La mise en œuvre du projet de diffusion

- La répartition des tâches et l'organisation dans le temps
- Calcul du prix de vente d'un spectacle : coûts réels et coûts induits
- Composition du dossier de diffusion
- Paysage culturel et réseaux de production et de diffusion
- Sélection d'un fichier de programmeurs
- La relation aux programmeurs et les actions de prospection
- Les principes de négociation ; l'élargissement du champ du négociable



VENTE
DE SPECTACLES



● **3 JOURS**
3, 4 et 5 avril 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la production et de la diffusion au sein d'un ensemble musical, d'une compagnie, d'un lieu.

INTERVENANTS

CHRISTIAN MEYER,
directeur de production,
médiateur stratégique,
Le Carrefour des Abeilles /
Médiation Systèmes

SABINE GRECARD,
chargée de diffusion, manager

DIFFUSER UN SPECTACLE

De la construction d'une stratégie de vente à la logistique de tournée

À l'issue de ce module, vous saurez analyser l'œuvre artistique dont vous avez la charge, la situer dans l'offre de spectacles disponibles et identifier les diffuseurs à prospector. Vous serez à même de dessiner une stratégie globale de diffusion prenant en compte l'économie de la production, l'impact des prescripteurs professionnels ou les retours du public et saurez utiliser les principaux outils pour la mettre en place, depuis l'utilisation d'un fichier de contacts jusqu'à la logistique de tournée.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Positionner son activité de chargé(e) de diffusion au sein d'une équipe
- Analyser le projet artistique
- Identifier les différents lieux de diffusion
- Organiser ses fichiers de contacts et le suivi des relations
- Déterminer le prix de vente d'un spectacle

CONTENUS

Élaborer une stratégie de vente

- L'analyse du projet et de son environnement
- La création d'un réseau de diffusion
- Les techniques de commercialisation d'un spectacle

Déterminer un équilibre financier

- Identifier les flux financiers potentiels et trouver un équilibre
- Le calcul du coût d'exploitation d'un spectacle : coût réel, prix de vente, marge et amortissement
- Déterminer les éléments de négociation des contrats de cession et des coréalizations avec les programmeurs

Organiser le travail

- L'organisation et la gestion d'un fichier
- La relation au client
- La répartition des tâches et l'organisation du temps de travail

La logistique de tournée

- La cohérence géographique, économique, humaine
- La feuille de route
- Les moyens de transport (équipe et matériel)

MUSIQUE ET BOOKING : PROSPECTER EFFICACEMENT

Stratégies, méthodes et outils pour organiser la vente

Cette formation fait le point sur les pratiques à développer pour diffuser des artistes sur les différentes scènes musicales. Ce stage très opérationnel balaye les compétences à acquérir tant dans l'analyse des marchés et des opportunités que des techniques de démarchage et de négociation.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Établir une stratégie de diffusion en adéquation avec le marché
- Mettre en place les outils de prospection appropriés
- Savoir gérer ses contacts et optimiser son temps de travail
- Construire un argumentaire de vente

CONTENUS

Les clés de la prospection

- Positionnement et prise en main du projet artistique
- Identification et ciblage des marchés, des réseaux et des cycles de programmation
- Le rôle du booker et des partenaires du groupe (manager, producteur, éditeur...)
- Planification et méthodes de travail

Les outils essentiels du booker

- Préparation du matériel professionnel
- Les outils promotionnels : dossier de presse, disque, pages web...
- Les outils financiers : le prix de vente, le tour-support
- Le dossier technique
- Les outils informatiques : la base de données, le fichier contacts, les logiciels utiles
- Le travail en réseau

La vente et la négociation

- Techniques de vente et argumentaire
- Phoning, contacts et relances
- Négociation des conditions artistiques, financières et techniques
- Représentation et promotion (téléphone, web, salons professionnels, rencontres...)

● **2 JOURS**
24 et 25 avril 2017

MARSEILLE
IMMS/FRICHE

PUBLIC

Tout professionnel souhaitant acquérir une méthodologie pour la vente de spectacles ou le montage de tournées : manager, agent artistique, chargé de production ou de diffusion, producteur, administrateur, artiste, musicien, régisseur...

INTERVENANTE

*CENDRYNE ROÉ,
productrice Nomades Kultur,
formatrice spécialiste de la diffusion internationale, des contrats du spectacle et de la gestion d'entreprise culturelle,
Manager, gestion des tournées internationales de Juan Carmona*

ARGUMENTER ET NÉGOCIER POUR LA VENTE DE SPECTACLE

Techniques pour la relation commerciale dans le cadre de la diffusion artistique

● 5 JOURS

10, 11, 12 octobre,
15 et 16 novembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la diffusion au sein d'un ensemble musical, d'une compagnie, d'un lieu de spectacle vivant.

INTERVENANT

STÉPHANE MARVY,
consultant culturel et formateur

Cette formation vous prépare à vendre un spectacle, défendre un choix esthétique, valoriser une création, demander des moyens supplémentaires ou transiger pour conclure une vente. Elle offre des méthodes pour bien se positionner face à ses donneurs d'ordre et ses interlocuteurs commerciaux, se préparer aux entretiens et nouer une relation de confiance avec les programmeurs.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Positionner le métier et l'activité de diffusion dans la chaîne du spectacle
- Développer une argumentation adaptée à l'interlocuteur
- Apprécier le champ du négociable
- Optimiser la négociation avec les diffuseurs

CONTENUS

Relation commerciale en situation de diffusion

- L'anticipation, enjeux et besoins réciproques
- La communication interpersonnelle et la relation commerciale
- L'intégration des objectifs à atteindre, du court au long terme

Préparation de l'entretien de vente

- L'obtention et l'analyse des informations sur l'interlocuteur et sa structure
- L'élaboration de son cahier des charges
- La construction de différents scénarios

Argumentaire et argumentation

- Argumentaire stéréotypé, inventaire hiérarchisé des arguments
- Écoute de l'interlocuteur et sélection des arguments

Culture de la négociation

- Les principes fondamentaux de la négociation
- Vision et positionnement
- L'évaluation du champ du négociable et des effets du compromis

- Des expérimentations et des mises en situation sont proposées tout au long de la formation et analysées par les participants.



PROJETS
INTERNATIONAUX



L'ANGLAIS PROFESSIONNEL POUR LA PRODUCTION DE SPECTACLES

Améliorer ses compétences linguistiques pour renforcer ses partenariats internationaux

● 5 JOURS

9, 16, 23, 30 octobre et 6 novembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Tout professionnel du spectacle vivant travaillant ou souhaitant travailler avec des partenaires internationaux et pour lesquels la pratique de la langue anglaise est indispensable : artiste, chargé de production, de diffusion, technicien, organisateur, administrateur de production.

INTERVENANTS

CAROLINE NEWMAN,
formatrice, traductrice et
interprète anglophone
spécialisée dans le secteur
culturel - Newman's Words,
artiste plasticienne
VIRGILE CAPELLO,
régisseur son

Ce cours intensif en petit effectif vous préparera à vos échanges professionnels en anglais. Vous travaillerez la présentation de vos projets ou de votre structure, vos exigences contractuelles, techniques et budgétaires. Le travail d'expression sera soutenu par des révisions des structures grammaticales appropriées ainsi que par l'apport du vocabulaire spécifique au monde du spectacle.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Gérer le processus global d'une production en anglais
- Employer un langage adapté au spectacle vivant
- Communiquer avec aisance à l'oral et à l'écrit
- Gagner en efficacité dans ses échanges professionnels à l'international

CONTENUS

Exercices et techniques de compréhension et d'expression orales

- Se présenter et présenter son projet
- Acquérir des outils pour échanger et négocier avec ses partenaires
- Organiser le déplacement des équipes et de leurs équipements

Outils de compréhension et d'expression écrites

- Rédiger un texte de présentation et des e-mails
- Lire et comprendre un contrat de cession
- Utiliser des termes financiers
- Rédiger une feuille de route
- Comprendre les termes spécifiques d'une fiche technique

Intégrer et construire ses propres outils de communication

- Constituer un lexique pour son propre univers de travail
- Utiliser les expressions idiomatiques spécifiques à chaque situation

- La formation s'adresse à des professionnels ayant un niveau suffisant de connaissance et de pratique de la langue anglaise, cette compétence est évaluée par l'intervenante lors de tests préalables (oral, écrit), afin de garantir la qualité de l'enseignement. Chaque stagiaire travaillera sur ses propres besoins professionnels et, dans cet objectif, est amené à fournir un travail durant la formation et l'intersession.

DÉVELOPPER DES PROJETS ARTISTIQUES INTERNATIONAUX

Contextes, partenaires et faisabilité de la production et de la diffusion internationales

Cette formation vous prépare à coproduire avec une structure étrangère ou à organiser une diffusion internationale d'un spectacle. Elle vous permettra d'adapter vos stratégies et vos outils à des contextes culturels, juridiques et institutionnels variés. Des cas pratiques et des retours d'expériences viendront renforcer vos savoir-faire.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les réseaux, les partenaires et les financements potentiels
- Appréhender des contextes politiques, géographiques et culturels différents
- Adapter sa stratégie aux réalités et logiques spécifiques d'autres pays et équipes
- Définir des modalités d'action, choisir des outils d'analyse, de communication et de collaboration
- Prospector pour développer de nouveaux marchés ou de nouveaux partenariats

CONTENUS

La définition de la stratégie - philosophie ou opportunité ?

- Les motivations et les contours du projet à l'international
- L'adaptation de sa posture et de son approche
- Les enjeux de la diffusion internationale des œuvres

Les partenaires en France et les opérateurs à l'étranger

- Les institutions, les réseaux formels et informels, les plateformes
- Les sources de financement et dispositifs de soutien
- Recherche et veille stratégique, connaissance des acteurs et contextes culturels

La négociation à l'international

- L'approche culturelle
- Les négociations financières, techniques et contractuelles

Méthodes et modalités pratiques

- Les outils organisationnels
- La logistique de tournée
- La gestion d'une équipe en tournée et l'accueil d'une équipe étrangère

Ateliers

- Cas pratiques
- Témoignages et partage d'expériences

- Cette formation privilégie les apports méthodologiques et la consolidation des projets des participants. Elle implique un travail personnel durant l'intersession. Il est recommandé de se munir de son ordinateur portable.

● 3 JOURS

7, 8 et

27 novembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Tout professionnel souhaitant diffuser des créations à l'international, collaborer avec des équipes artistiques étrangères, ou construire des coproductions transnationales : organisateur de manifestation, programmeur, producteur, administrateur ou chargé de production, de diffusion, artiste, responsable de compagnie, manager...

INTERVENANT

LAURENT KILANI,
directeur de projets artistiques
et culturels

ÉVALUER LES MODALITÉS ET LES OPPORTUNITÉS POUR CONCEVOIR SON PROJET EUROPÉEN

Cadre européen, modes d'intervention et approche méthodologique du projet européen

● **2 JOURS**

21 et 22 septembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne, acteur culturel, souhaitant développer des projets et pratiques professionnelles à l'échelle européenne.

Cette formation s'adresse également aux personnes en charge du développement culturel d'un territoire, au sein d'une collectivité ou d'un établissement public.

INTERVENANTS

FABIEN CHEVET,
directeur d'Initiatives Europe
Conseil, formateur en politiques
et financements européens

FRANCK VERHERBRUGGEN,
Président-Fondateur, consultant
expert à FV Consultants

Une formation destinée à tous ceux qui désirent s'ouvrir aux nouvelles perspectives d'expérimentation, d'innovation, d'échange et de mobilité encouragées par la stratégie Europe 2020. Ce stage vous offre une immersion dans les programmes européens, leur logique et leur grammaire, pour vous permettre d'évaluer au mieux l'opportunité de vous engager dans le montage d'un projet.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les politiques, les enjeux et cadres européens, les différents programmes opérationnels existants et leurs déclinaisons sur les territoires
- Repérer les éléments déterminants dans la définition et la conception de son projet culturel européen (partenariat, financements, réseaux, veille...)
- Appréhender la méthodologie et les démarches nécessaires pour une candidature européenne, de la conception à la mise en œuvre d'un projet
- Évaluer les conditions à remplir pour s'engager dans un projet européen
- Positionner son projet

CONTENUS

L'environnement et le cadre européen

- Les principaux enjeux, stratégies et cadres européens
- Les politiques européennes : territoriales, thématiques et sectorielles
- La place de la culture dans les politiques européennes

Les modes d'intervention : programmes et projets

- L'articulation entre politiques européennes et programmes européens
- Les dispositifs et les acteurs aux niveaux européens, nationaux, régionaux
- Cartographie des interlocuteurs en région
- Les logiques de financement et d'appels à projets européens

La définition du projet, son positionnement, le diagnostic : 1ère approche méthodologique

- Les notions de projet et d'impact dans les cadres européens
- Les étapes de conception et de préparation d'une candidature européenne
- Les partenariats à envisager, à construire et à développer
- Les méthodologies pour définir une stratégie d'accès aux dispositifs européens
- L'organisation d'une veille européenne active

- Cette formation alliée au module « Piloter un projet culturel européen » (4 jours) compose un programme complet pour positionner et conduire son projet grâce à une méthodologie opérante.

PILOTER UN PROJET CULTUREL EUROPÉEN

Répondre à un appel à projet européen, conduire sa mise en œuvre jusqu'au bilan financier et l'évaluation

Cette formation s'adresse à ceux qui désirent mener à bien leur projet européen en se préparant à chaque étape de sa mise en œuvre. Ce module opérationnel vous apportera les outils essentiels pour répondre à l'appel à projets, animer le projet avec ses partenaires, assurer un suivi budgétaire et financier en anticipant le bilan et les contrôles, puis construire son évaluation.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Finaliser la conception du projet, définir son plan d'action
- S'appropriier les spécificités de la gestion d'un projet à dimension européenne
- Préparer et planifier la conduite de son projet européen
- Développer les outils pour suivre, coordonner, évaluer son projet et sa bonne mise en œuvre

CONTENUS

Choisir et répondre à un appel à projet européen

- Choisir parmi les appels à projets et les appels à propositions
- Construire sa candidature en réponse à un appel à projet européen
- Concevoir et rédiger son projet selon les attendus et les cadres européens

S'appropriier les outils et méthodes de gestion de son projet

- La planification des activités, du suivi et de l'évaluation du projet
- La mobilisation des réseaux, la communication et la valorisation du projet
- La construction et le partage d'outils de travail collaboratif
- La budgétisation et la gestion financière, l'anticipation des bilans et du contrôle
- Les cadres réglementaires et obligations juridiques spécifiques

Construire la relation partenariale et mobiliser son équipe

- L'animation du partenariat, la coordination de l'équipe projet
- Les interlocuteurs clés et les ressources à mobiliser
- La contractualisation et les documents clés du projet
- L'identification et la définition des fonctions en interne et externe

Construire un dispositif d'évaluation et de contrôle

- Les objectifs, les impacts directs et indirects
- Les indicateurs de réalisation et de résultats
- Les réajustements possibles du projet

- Chacun des participants aura préalablement choisi et communiqué le projet sur lequel il souhaite travailler. La formation est centrée sur le projet de chaque participant afin de garantir son avancement. Cette formation implique un travail personnel durant la formation et les intersessions afin de mettre en pratique les éléments méthodologiques et la rédaction de la réponse à un appel d'offre.

Cette formation alliée au module « Évaluer les modalités et opportunités pour concevoir son projet européen » (2 jours) compose un programme complet pour positionner et conduire son projet grâce à une méthodologie opérante.

● 4 JOURS

24, 25 octobre,
9 novembre
et 7 décembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

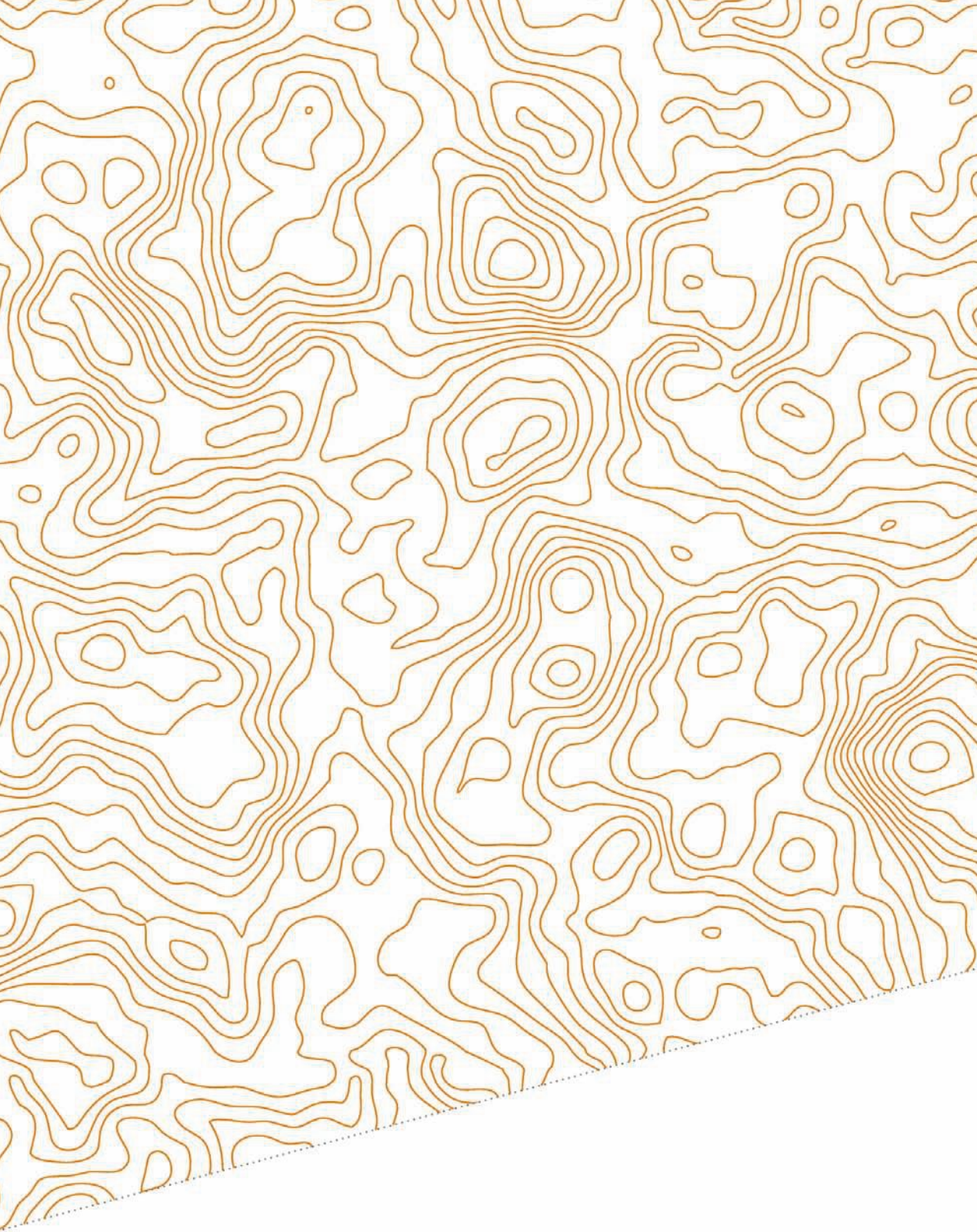
PUBLIC

Tout opérateur culturel, quels que soient son champ disciplinaire ou la taille de sa structure, porteur d'un projet clair et formulé et souhaitant s'inscrire dans un dispositif d'appel à projet européen, ou dont le projet a été retenu ou est déjà engagé dans le cadre d'un dispositif communautaire.

INTERVENANTS

*FABIEN CHEVET,
directeur d'Initiatives Europe
Conseil, formateur en politiques
et financements européens*

*FRANCK VERHERBRUGGEN,
Président-Fondateur, consultant
expert à FV Consultants*



The background of the page is a topographic map with brown contour lines. A large white semi-circle is cut out from the right side of the map, revealing a white background behind it. The text is centered within this white area.

FINANCEMENT
DE PROJET



SE REPÉRER DANS LES POLITIQUES PUBLIQUES DE LA CULTURE

Comprendre les enjeux des acteurs publics pour bien positionner son projet et sa demande de soutien

● 2 JOURS

28 et 29

septembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge du développement d'une structure, du montage de projet, de la recherche de financement, secrétaire général, administrateur et chargé de production.

Cette formation est ouverte à tout professionnel travaillant dans le champ du spectacle vivant et plus largement dans celui de la culture.

INTERVENANT

VINCENT LALANNE,
consultant et formateur,
spécialiste des politiques
culturelles des collectivités
territoriales et des projets
culturels associatifs et
coopératifs

Cette formation propose un panorama de l'action publique dans le champ culturel : organisation, logique d'intervention, impact de la réforme des collectivités. À son issue, vous pourrez identifier les acteurs publics et les dispositifs que vous pouvez solliciter et vous saurez argumenter l'apport de votre projet aux objectifs d'intérêt général de vos interlocuteurs publics.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les rôles, missions et cadres d'interventions de chaque collectivité publique
- Comprendre les enjeux et positions des collectivités territoriales dans un contexte de réforme
- Améliorer son positionnement dans sa relation partenariale avec les collectivités publiques

CONTENUS

Contextualiser la politique culturelle française

- Le rôle de l'État : histoire et perspectives
- L'organisation des collectivités territoriales
- Les enjeux et les impacts de la réforme des collectivités territoriales

Observer la mise en œuvre des politiques publiques en faveur de la culture

- Les objectifs et modalités d'intervention des collectivités publiques
- La décentralisation et la déconcentration
- Les interactions et interventions croisées
- Apprécier comment l'économie sociale et solidaire peut agir comme un levier
- Identifier les interlocuteurs

Se repérer parmi les institutions sous tutelle de l'État

- Les cadres d'intervention de l'ONDA et de l'Institut Français
- Les cahiers des charges des scènes conventionnées et labels

CONSTRUIRE LE PLAN DE FINANCEMENT DE SON PROJET DE PRODUCTION

Recherche de financements, prévision commerciale et montage économique du projet de production

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de donner toutes ses chances à votre projet de production, en exploitant les sources de financements possibles et en combinant les apports publics, privés et les recettes commerciales. Ce module vous donnera les outils pour construire un plan de financement fiable et réaliste, en mesurant vos risques et en exploitant toutes les opportunités d'apport au budget de production.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les sources de financement de sa production
- Mettre en place une stratégie financière pour sa création
- Réaliser plusieurs scénarios de montage financier

CONTENUS

Positionner son projet sur le marché de la culture

- La loi de l'offre et de la demande, le « juste » prix
- Le rôle des acteurs privés, des acteurs publics, des sociétés civiles et des partenaires
- La posture de l'entrepreneur : prise de risque, investissement, exploitation

Identifier les ressources du projet

- Les opportunités de financements publics du projet
- Les sources de financements privés : sociétés civiles, fondations, entreprises...
- Les autres financements possibles : crowdfunding, appels à candidatures, fondations, action culturelle...
- Les apports en industries : prêt de salle, de matériel, produits marketing...
- Mutualisation, coproduction, cofinancement, financements croisés

Montage économique du projet

- Déterminer les coûts de la production, du fonctionnement et de la structure
- Déterminer les ressources propres et les ressources externes
- Combiner les différents financements entre eux : choix et arbitrages
- Établir différents scénarios financiers
- Mettre en place un rétroplanning stratégique

- Cette formation s'adresse à des personnes ayant déjà une expérience dans l'élaboration d'un budget de production.

● **3 JOURS**
20, 21 septembre
et 5 octobre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge du développement, de la production ou de la diffusion au sein d'un lieu de programmation, d'une compagnie, d'un groupe ou d'un ensemble musical ; programmateur, chargé de mission ou tout acteur culturel souhaitant connaître les mécanismes de financement d'une production.

INTERVENANTS

VALÉRIE ETIENNE,
chef d'entreprise - SAS F2F
MUSIC, entrepreneur de
spectacles, producteur, tourneur,
label et éditeur

OLIVIER JACQUET,
directeur - coopérative
Internexterne

ÉVALUER LES CONDITIONS ET OPPORTUNITÉS DES PARTENARIATS PRIVÉS

Les formes, les mécanismes et l'investissement liés à une démarche de partenariat privé

● **2 JOURS**

8 et 9 février 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Tout opérateur culturel ayant une pratique de la recherche de financements souhaitant entamer une démarche auprès du secteur privé.

INTERVENANTS

CAROLINE DÉROT,
spécialiste en mécénat,
coordinatrice du Fonds
Maranatha Partage, Groupe
hôtelier Maranatha, enseignante
à Sciences Po Aix et
à Aix-Marseille Université

WILFRIED MEYNET,
avocat au barreau de Marseille
et du Luxembourg, spécialiste
en droit des associations et des
fondations, codirecteur du DESU
« Ingénierie des OSBL – droit de
l'économie sociale et solidaire »
Aix-Marseille Université

ERWAN LAMOUR,
manager

Une formation destinée à ceux qui veulent évaluer avec clarté les opportunités et les moyens à mobiliser avant de se lancer dans la recherche de fonds privés. Ce tour d'horizon vous fera gagner un temps précieux et vous évitera les principaux écueils que rencontrent les structures culturelles dans leur approche du mécénat, du sponsoring ou du financement participatif.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les formes et conditions des partenariats privés
- Comprendre le point de vue de l'entreprise
- Mesurer l'investissement à mobiliser pour une recherche de fonds privés
- Appréhender le cadre fiscal et réglementaire

CONTENUS

Le cadre juridique, comptable et fiscal d'une action de partenariat avec le privé

- Identifier les formes et conditions des partenariats privés
- Comprendre le point de vue de l'entreprise
- Mesurer l'investissement à mobiliser pour une recherche de fonds privés
- Appréhender le cadre fiscal et réglementaire

La forme appropriée de partenariat

- Le mécénat, le sponsoring
- Les nouvelles formes de mécénat individuel : crowdfunding, AMAC...
- L'économie de son territoire

Les motivations des entreprises

- Tendances et panorama
- La gestion de leur image
- La responsabilité sociale de l'entreprise
- Les stratégies marketing

Vers une stratégie de recherche adaptée à son projet

- Les dimensions du projet à privilégier : contenu, public, impact et communication
- L'évaluation des moyens à mettre en œuvre

- Cette formation alliée au module « Rechercher et associer de nouveaux partenaires privés » (4 jours) compose un programme complet pour déployer sa recherche et mettre en œuvre une méthodologie opérante.

RECHERCHER ET ASSOCIER DE NOUVEAUX PARTENAIRES PRIVÉS

L'entreprise, le dossier, l'argumentaire et l'entretien

À l'issue de cette formation pratique et approfondie, vous serez prêts pour lancer votre campagne de mécénat. À partir de votre projet, vous travaillerez la stratégie de recherche et de positionnement face aux mécènes, vous définirez votre plan d'action et formulerez votre argumentaire.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Élaborer une stratégie de partenariat adaptée
- Construire une proposition en adéquation avec les enjeux de l'entreprise
- Sécuriser sa démarche de parrainage et de mécénat sur le plan juridique, comptable et fiscal
- Pérenniser les liens, fidéliser ses partenaires et en conquérir de nouveaux
- Initier le dialogue, convaincre et négocier lors d'un entretien

CONTENUS

Le cadrage

- Les différentes formes de soutiens privés : mécénat, parrainage, crowdfunding
- Les caractéristiques juridiques, fiscales et comptables des formes de soutien
- Le tissu économique d'un territoire

Une stratégie efficace

- Le diagnostic de son projet culturel
- La diversification des types de soutien recherchés
- Les motivations et choix de l'entreprise

Un plan d'action

- La qualification des entreprises : les indicateurs, les typologies
- Les outils de la recherche : Chambres de Commerce et d'Industrie, réseaux sociaux, programme de manifestations...
- Des contreparties attractives et adaptées à l'entreprise
- L'élaboration d'un projet de partenariat innovant pour l'entreprise
- La rédaction d'un dossier de présentation

Préparation des rencontres

- La construction de l'argumentaire
- Argumenter face à un refus
- Simuler un entretien
- Construire une relation privilégiée avec une entreprise
- Préparer la contractualisation du partenariat

- Cette formation se termine par une présentation orale du projet à un chef d'entreprise. Les intersessions permettent aux participants d'élaborer leur propre stratégie de recherche et d'entamer leur démarche à partir des outils proposés par les intervenants jusqu'à la finalisation de leur dossier de partenariat. Elle implique donc un travail personnel. Cette formation alliée au module « Évaluer les conditions et opportunités » (2 jours) compose un programme complet pour déployer sa recherche et mettre en œuvre une méthodologie opérante.

● 4 JOURS

1er, 2, 16 mars
et 3 avril 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Tout professionnel du spectacle et tout opérateur culturel ayant une pratique de la recherche de financements et engageant une démarche auprès du secteur privé. Cette formation s'adresse aux personnes ayant suivi le module « Évaluer les conditions et opportunités ».

INTERVENANTS

CAROLINE DÉROT, spécialiste en mécénat, coordinatrice du Fonds Maranatha Partage, Groupe hôtelier Maranatha, enseignante à Sciences Po Aix et à Aix-Marseille Université

WILFRIED MEYNET, avocat au barreau de Marseille et du Luxembourg, spécialiste en droit des associations et des fondations, codirecteur du DESU « Ingénierie des OSBL – droit de l'économie sociale et solidaire » Aix-Marseille Université

ERWAN LAMOUR, manager

DOMINIQUE BARRÉ, chef d'entreprise, consultant et enseignant en développement de partenariats et mécénat culturel

● 2 JOURS

21 et 22 novembre 2017

MARSEILLE
IMMS/LA FRICHE

PUBLIC

Toute personne en charge du développement, de la production, de la communication, de la promotion d'un projet artistique ou culturel.

INTERVENANTE

CAMILLE CHABANON,
administratrice, conseil en
développement

RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING

Plateformes et outils pour le financement participatif d'un projet artistique

La puissance des réseaux sociaux, le contact direct avec votre futur public allié à la créativité et à l'art du story-telling sont de nouveaux moyens pour financer et rendre possible vos projets artistiques. Cette formation vous permettra de bien choisir votre plateforme de crowdfunding, d'organiser votre collecte et vous donnera des clefs pour réussir votre financement participatif.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Concevoir une campagne de financements participatifs
- Intégrer des méthodes de développement d'audience
- Distinguer les logiques de fonctionnement des différentes plateformes
- Adapter la démarche à son projet

CONTENUS

Le fonctionnement du crowdfunding

- Le contexte de développement du financement participatif en France et ses évolutions
- Les acteurs du crowdfunding : porteur du projet, plateformes, les cercles de donateurs
- Logique de fonctionnement : le montant à collecter, contreparties, annulation
- Les quatre étapes de la collecte : s'inscrire et remplir un profil, se faire valider, informer et animer, clôturer
- Réglementation : ordonnance de 2014 et rescrit fiscal
- Panorama des différentes plateformes
- Critères de sélection, critères de réussite : les erreurs à éviter

Animer sa campagne et élargir les donateurs potentiels

- Suivre sa campagne : stratégie d'audience éditorialisée et ciblée
- Rendre sa campagne vivante : partager une histoire, le story-telling
- Attirer de nouveaux donateurs : le cercle vertueux des contributeurs

Méthodologie de projet

- Critères de choix d'une plateforme
- Définir un objectif financier réaliste à atteindre
- Définir des contreparties attrayantes et originales
- Définir des publics cibles (amis, famille, proches, amis d'amis, connaissances, grand public)
- Adapter la rédaction du projet et les visuels



GESTION
FINAN**C**IÈRE



● 2 JOURS

8 et 9 juin 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge du développement d'une structure, du montage de projet, de la recherche de financement, administrateur, secrétaire général, administrateur et chargé de production.

INTERVENANT

*VINCENT LALANNE,
consultant et formateur,
spécialiste des politiques
culturelles des collectivités
territoriales et des projets
culturels associatifs et
coopératifs*

PENSER LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DE SON ENTREPRISE CULTURELLE

Identifier les potentiels et imaginer un modèle de développement innovant et évolutif

Cette formation vous permettra d'appréhender la pluralité des modèles socio-économiques de la culture. À son issue, vous serez capable de penser le modèle de développement de votre entreprise et d'imaginer son évolution par l'innovation, l'hybridation des ressources ou la mutualisation.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier les modèles économiques dans le secteur culturel aujourd'hui
- Comprendre les enjeux de l'évolution et des croisements des modèles économiques : économie publique, de marché, participative, sociale et solidaire
- Adapter son positionnement face aux évolutions et les intégrer dans la construction de ses projets

CONTENUS

Comprendre les enjeux économiques et symboliques de la culture pour un territoire

- Situer la place de la culture dans l'économie
- Clarifier la notion d'économie de la culture : vocabulaire, angles d'approche
- Comprendre les stratégies des territoires quant à la relation économie/culture : lien social, développement et attractivité du territoire
- Saisir les critères de l'utilité sociale des entreprises artistiques et culturelles

Identifier les potentiels

- Se situer dans les secteurs économiques de la culture : analyse sectorielle, structurelle, par filière et écosystème
- Saisir les valeurs et enjeux de l'économie sociale et solidaire de la culture
- Connaître les possibilités de coopération et de mutualisation : collectifs, coopératives, groupements d'employeurs

Entreprendre dans la culture

- Analyser son propre modèle économique au regard de sa gouvernance, de son mode de gestion, de ses ressources et charges
- Établir le diagnostic économique de sa structure : modalités et méthodes

METTRE EN PLACE ET UTILISER DES OUTILS DE GESTION

Budgets, tableaux de trésorerie, tableaux de bord et de gestion

Cette formation offre une approche complète des outils de gestion du responsable administratif et financier. Des études de cas et des exercices vous permettront de vous les approprier et d'acquérir des méthodes solides. Ce stage vous offrira également une approche critique pour que le choix et la conception des tableaux de bord restent au service de l'opérationnalité et de la prise de décision.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre le suivi budgétaire et son lien avec la comptabilité et la trésorerie
- Construire ses tableaux de bord et les utiliser pour la décision et le pilotage
- Élaborer ses outils de prévision, de gestion et de suivi
- Appréhender la logique du contrôle de gestion, calculer les coûts et les analyser
- Prévoir et gérer sa trésorerie

CONTENUS

Les mécanismes financiers et les logiques budgétaires

- Les équilibres financiers
- Les objectifs
- Les risques, les seuils, les marges, les indicateurs
- Les fluctuations, les incertitudes

Principes de gestion

- Le suivi et le contrôle de gestion
- La comptabilité analytique pour comprendre et agir
- Le processus budgétaire : hypothèses, scénarios, calendrier

Les outils : caractéristiques, utilisation, élaboration et mise en forme

- Le choix des outils
- Les budgets prévisionnels
- Les méthodes de calcul des coûts
- Le suivi budgétaire, la consolidation des budgets et les arbitrages
- Les tableaux de bord : outils de suivi, de mesure, de management et de dialogue
- Les indicateurs, les points clés de décision, les variables d'action, les seuils d'alerte
- Plan de financement, plan de trésorerie
- Les comptes prévisionnels
- Compte rendu financier

- Cette formation alterne des apports théoriques et méthodologiques avec des études de cas et des exercices pratiques à partir des outils des participants. Elle implique un travail personnel durant la formation et l'interaction. Il est recommandé de se munir de son ordinateur portable. Pour suivre cette formation, il est nécessaire d'avoir des connaissances en comptabilité ou d'avoir participé à la formation « Tenir et suivre la comptabilité d'une entreprise culturelle » (5 jours), une pratique courante et une connaissance avérée des fonctions usuelles d'un tableur.

● 6 JOURS

29, 30, 31 mai,
12, 13 et 14 juin 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la gestion d'une production, d'un projet ou d'une entreprise culturelle, d'une association.

INTERVENANT

HACÈNE BOUFETA,
secrétaire général du Magasin,
CNAC Grenoble

TENIR ET SUIVRE LA COMPTABILITÉ D'UNE ENTREPRISE CULTURELLE

Des écritures comptables à la lecture des documents de synthèse

● 5 JOURS

26, 27, 28 avril,
2 et 3 mai 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne ayant une pratique de la comptabilité et souhaitant maîtriser les opérations spécifiques au spectacle, et celle souhaitant s'initier aux techniques comptables : administrateur, comptable, chargé de la paye, chargé de production, chargé de diffusion, responsable associatif et gestionnaire.

Cette formation est ouverte aux professionnels travaillant dans le champ du spectacle et plus largement dans celui de la culture, qu'ils gèrent leur comptabilité en interne ou qu'ils l'externalisent.

INTERVENANTE

ANISSA BENALI,
consultante en gestion sociale
du spectacle,
Spectacle Assistance

Cette formation aborde les pratiques comptables dans une optique d'application immédiate, pragmatique et efficace. À l'issue du stage, vous serez en mesure de tenir la comptabilité générale d'une entreprise culturelle, quel que soit le logiciel utilisé, ou d'en suivre la tenue par un comptable, d'établir les états financiers et de comprendre l'image qu'ils donnent de l'entreprise.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître les obligations comptables de l'association
- Comprendre les mécanismes comptables
- Apprendre à passer des écritures courantes et spécifiques
- Savoir élaborer un bilan, un compte de résultat et lire les états financiers

CONTENUS

Introduction à la comptabilité

- Repérer les textes de référence et les obligations comptables des associations
- Comprendre le principe de la partie double

Les opérations courantes

- Poser les principes de base
- Enregistrer des opérations en comptes de charges et comptes de produits

Les opérations spécifiques

- Passer les écritures de T.V.A.
- Appliquer le traitement comptable distinct des subventions d'exploitation et de fonctionnement
- Passer les écritures des contrats de cession, de coproduction, de droits d'auteur

Les opérations d'inventaire

- Calculer les amortissements liés aux immobilisations
- Enregistrer les provisions
- Valoriser les produits et charges constatés d'avance ou à recevoir
- Traiter les charges à payer et les produits à recevoir

Les états financiers

- Élaborer le compte de résultat à partir des comptes de gestion
- Construire le bilan à partir des comptes de bilan
- Lire les états financiers

ANALYSER LES ÉTATS FINANCIERS POUR DÉCIDER ET PILOTER

De l'analyse des documents comptables au diagnostic économique de l'entreprise culturelle

À l'issue de cette formation, vous pourrez analyser la situation économique et financière de votre entreprise pour mieux la piloter et pour communiquer auprès des partenaires, tutelles ou organismes bancaires à convaincre.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre la logique et la structure des documents financiers
- Utiliser la terminologie et la méthodologie nécessaires à l'analyse financière
- Savoir lire et interpréter les états financiers : comptes de résultats, bilans, annexes et rapports financiers
- Savoir analyser des budgets prévisionnels : fonctionnement, investissement, trésorerie, activité

CONTENUS

Les éléments de cadrage

- Les enjeux et le rôle de l'analyse
- Quelques principes du contrôle de gestion
- Les techniques et vocabulaire financiers : cycle financier, besoin en fonds de roulement, capacité d'autofinancement...

L'analyse des états financiers

- Les principaux états, leurs significations, leurs logiques et les liens entre les différents documents
- Les postes et les indicateurs financiers
- La lecture et l'interprétation du bilan et du compte de résultat
- L'équilibre financier
- Les principaux indicateurs de gestion, les ratios de structure
- La signification des différents niveaux de résultats

L'analyse des budgets prévisionnels

- Investissement, fonctionnement, production, trésorerie

- Pour suivre cette formation, il est recommandé d'avoir des connaissances en comptabilité et des notions de fiscalité des associations ou d'avoir participé à la formation « Tenir et suivre la comptabilité d'une entreprise culturelle » (5 jours). La formation propose une alternance entre des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques basés sur les documents professionnels des participants. Chaque participant se munira d'une calculatrice.

● **2 JOURS**

22 et 23 juin 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne, quelle que soit sa fonction, en charge de la gestion, de la décision ou de la négociation d'un projet, une association, une entreprise culturelle.

INTERVENANT

OLIVIER LECULIER,
contrôleur de gestion du TNP,
Villeurbanne

S'INITIER AUX OUTILS DE PRÉVISION, DE GESTION ET DE SUIVI FINANCIER

Budget et plan de financement, trésorerie et résultat

● 4 JOURS

14, 15, 16
et 17 février 2017

NICE
ESPACE MAGNAN

PUBLIC

Toute personne en charge de la gestion d'une production, d'un projet ou d'une entreprise culturelle, d'une association.

INTERVENANT

*PIERRE LÉVY,
fondateur et directeur de l'association Regain, formateur à la création d'entreprise, consultant et accompagnateur de projets*

Cette formation permet de vous initier à l'utilisation des outils du pilotage financier de votre structure culturelle, que votre objectif soit l'équilibre ou la rentabilité des investissements. Vous pourrez ainsi vous familiariser avec les principaux outils prévisionnels et être en capacité de gérer le budget global de votre activité.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre les principaux documents financiers et les relier aux objectifs de la structure
- Construire les outils de prévision financière
- Faire le lien avec la comptabilité analytique
- Concevoir ses tableaux de bord
- Suivre et ajuster ses résultats financiers

CONTENUS

Les outils de la gestion financière

- Connaître les principaux outils et documents financiers : outils comptables et outils de gestion prévisionnelle
- Construire un plan de financement incluant les amortissements
- Maîtriser la création du budget prévisionnel
- Réaliser et suivre un plan de trésorerie, calculer son BFR
- Se familiariser avec l'utilisation d'un tableur

La création des outils de prévision

- Construire un outil de simulation du modèle économique
- Construire un budget prévisionnel analytique en dynamique
- Calculer le seuil de rentabilité global, par secteur d'activité et par produits

Le suivi des résultats financiers

- Structurer son journal de banque pour automatiser les exports
- Élaborer un compte de résultat analytique
- Suivre, ajuster et comparer les données de son budget analytique
- Communiquer ses éléments financiers selon les interlocuteurs



GESTION SOCIALE
ET MANAGEMENT



ENGAGER ET RÉMUNÉRER

Formes d'engagement et de contractualisation, rémunérations et intermittence

● **3 JOURS**

22, 23

et 24 février 2017

MARSEILLE

IMMS/LA FRICHE

PUBLIC

Organisateur et employeur permanent ou occasionnel dans le spectacle et l'événementiel.

Toute personne en charge de l'embauche, des contrats, de tout ou partie de la gestion du personnel, entrant dans le métier ou qui souhaite actualiser ses connaissances : administrateur, secrétaire général, comptable, chargé de la paie, chargé de production ou de diffusion, responsable ou coordinateur, directeur ou responsable technique.

Cette formation s'adresse également aux agents des collectivités territoriales ainsi qu'aux artistes, techniciens qui souhaitent maîtriser au mieux leur statut.

INTERVENANTE

CATHERINE MAISONNEUVE,
consultante en gestion
d'entreprise culturelle

Cette formation offre les clés pour y voir clair dans le champ complexe et prolifique du droit du travail. À son issue, vous connaîtrez les obligations en matière de forme, de durée du contrat, de statut du salarié, de rémunération et de formalité de fin de contrat. Vous aurez les bons réflexes juridiques face aux cas particuliers rencontrés dans le secteur du spectacle ou de l'événementiel.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Différencier les multiples modes d'engagement, les statuts des collaborateurs
- Distinguer les différentes formes de contractualisation et établir le contrat adéquat
- Effectuer les formalités et les déclarations liées à l'embauche, à l'exécution et à la fin de contrat
- Identifier et utiliser les sources d'information juridique et réglementaire

CONTENUS

Les cadres de la législation sociale

- Les sources du droit du travail et les conventions collectives applicables
- Les vérifications préalables : licence, immatriculation, NAF
- Les cadres juridiques et les informations réglementaires
- Les modes et les formes de collaboration et de rémunération (honoraires, droits d'auteur, indemnités, salaires...)
- Les différents régimes, formes d'emploi et statuts
- La multi-activité, les multi-statuts

L'emploi et la contractualisation

- Régime général, régime spécifique, bénévole, mineur, travailleur étranger, stagiaire
- Les différents types de contrats de travail
- Champs d'application, rédaction (mentions obligatoires et conseillées)

L'exécution du contrat

- La durée du travail et les diverses modalités du temps de travail
- L'affiliation aux différentes caisses
- Les formalités d'embauche
- La fin du contrat : les différentes situations, les obligations et les formalités

L'intermittence

- Les spécificités du régime et son champ d'application (les annexes, les types d'emploi, les conditions d'embauche, la rémunération, les déclarations)
- L'établissement du contrat
- Les rémunérations (cachets) appliquées à l'embauche des artistes
- Le fonctionnement de l'indemnisation et du Pôle emploi : ouverture de droits, admission, réadmission, base de calcul

GÉRER SES RESSOURCES HUMAINES : OUTILS ET MÉTHODES

L'organisation du travail, la gestion des compétences, l'entretien professionnel et le plan de formation

Ce stage propose des outils et méthodes transposables à chaque organisation, pour vous approprier la gestion des ressources humaines. Vous pourrez vous conformer aux nouvelles obligations des employeurs et en faire des opportunités pour accroître les compétences, accompagner le changement et motiver les salariés.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Inscrire le développement des compétences individuelles et collectives dans la stratégie globale de l'entreprise
- Organiser les activités en lien avec la stratégie et les compétences des collaborateurs
- Comprendre comment répartir les activités et les formaliser sur les fiches de fonction
- Mettre en place les entretiens professionnels
- Élaborer le plan de formation

CONTENUS

Le cadre de la loi de 2014 sur la formation professionnelle

- Les nouvelles obligations légales concernant les entretiens
- Les relations avec les Instances Représentatives du Personnel dans la gestion des ressources humaines

L'organisation du travail et la gestion des compétences

- Définir la compétence, la motivation, la performance et leurs liens
- Définir le métier, le poste, la fonction, les missions et activités
- Le tableau de répartition des responsabilités sur un plan collectif
- Les fiches de fonction incluant les compétences attendues

L'entretien professionnel

- Les enjeux, finalités et logiques des différents entretiens
- Les étapes et le contenu de l'entretien
- Les attitudes à développer lors de l'entretien
- Le support d'entretien

Le plan de formation

- Prévoir et anticiper l'évolution des métiers
- Construire un plan de formation
- Les dispositifs existants en faveur de la formation et de la professionnalisation (CIF, VAE, CPF...)

● 2 JOURS

25 et 26
septembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en situation de gestion d'équipes : secrétaire général, administrateur, gestionnaire de paie, comptable, coordinateur de projet, représentant du personnel.

INTERVENANTE

*CORINNE BERNARD,
consultante et formatrice,
Cojeme*

MANAGER UNE ÉQUIPE AU SEIN D'UNE ENTREPRISE CULTURELLE

Évoluer dans sa fonction de manager, motiver son équipe et dynamiser l'organisation

● **6 JOURS**

9, 10 mars, 6, 7 avril,
4 et 5 mai 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en situation de management, de direction de structure ou de service, de coordination ou d'animation d'équipe, quelle que soit sa fonction : artistique, technique, administrative.

INTERVENANTE

*CATHERINE NASSER,
directrice de la Croisée des chemins (accompagnement individuel et collectif, formation, conseil et coaching)*

L'animation d'équipe est un art qui se cultive ! Cette formation propose des directions pour approfondir sa réflexion, enrichir ses savoir-être et acquérir des outils concrets pour faire évoluer ses pratiques de manager et les articuler avec la gestion des ressources humaines.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître les grands principes des relations interpersonnelles
- Identifier et affirmer son style de management
- Développer ses capacités à mener des entretiens, animer une équipe, une réunion
- Apprendre à gérer les conflits
- S'approprier des outils d'organisation interne

CONTENUS

Évoluer dans sa fonction

- Les rôles, statuts et pouvoirs
- La mise en adéquation avec les situations professionnelles
- L'adaptation aux situations nouvelles
- La recherche des facteurs de cohésion

Accompagner la motivation de son équipe

- La reconnaissance et le développement des compétences individuelles et collectives
- Le partage du sens de l'action
- Le repérage des identités de l'équipe et des modes de motivation
- La définition de règles et de valeurs communes

Dynamiser l'organisation

- Les notions clés : objectif, résultat, délai, évaluation
- La définition des fonctions et des objectifs
- L'analyse des fonctionnements et dysfonctionnements
- La pratique de la délégation
- La régulation des conflits de valeurs ou d'intérêt

Gérer les ressources humaines

- Le recrutement : les offres d'emploi, l'entretien, l'intégration
- Les entretiens individuels et d'évolution professionnelle
- Les outils : organigramme, fiche de poste, grille d'évaluation
- Les points de vigilance des risques psychosociaux



STRATÉGIE DE
COMMUNICATION



● **5 JOURS**
29, 30, 31 mai,
20 et 21 juin 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne amenée à rédiger un projet artistique ou culturel ayant comme perspective la diffusion, la communication ou la médiation. Les inscriptions en binôme, artiste et collaborateur, sont vivement conseillées.

INTERVENANTS

DOMINIQUE CIER,
écrivain, chargé de cours en
techniques d'écriture et culture
politique Aix-Marseille Université

CATHERINE GUILLAUD,
consultante en communication

AGNÈS WANDERSCHIED,
consultante en communication
et relations avec le public, Le
Carrefour des Abeilles

EXPRIMER ET PROMOUVOIR SON PROJET À L'ÉCRIT ET À L'ORAL

Présenter un projet artistique et valoriser sa singularité

Cette formation propose d'améliorer sa capacité à communiquer sur un projet artistique, à partager son point de vue, à apporter l'information attendue et à retenir l'attention.

Le travail portera sur votre projet. Il vous permettra de clarifier votre propos, de choisir le ton et les mots justes, de vous adapter à des interlocuteurs et des situations variées.

OBJECTIFS DE FORMATION

- S'interroger sur le sens de la démarche artistique pour mieux l'explicitier
- Connaître les techniques de présentation orale et écrite du projet
- Prendre en compte les attentes des différents destinataires
- Dispenser un discours clair pour mieux défendre le projet

CONTENUS

L'analyse du projet

- Le positionnement du projet dans l'environnement professionnel, social et culturel
- La valorisation de la singularité de la démarche artistique

L'expression écrite

- La formulation des idées : compréhension, choix des mots, recherche du ton juste
- Les techniques théoriques et pratiques de l'écriture
- L'agencement attractif des niveaux de lecture

La présentation orale

- L'expression orale du projet en fonction des différents interlocuteurs
- L'élaboration d'un argumentaire oral de présentation
- L'art d'intégrer les différents facteurs d'une communication orale : humain, corporel, matériel, temporel...

- La formation s'appuie sur l'alternance entre apports méthodologiques, travaux écrits et mises en situation à l'oral. Il est fortement conseillé aux participants de prévoir du temps pour travailler à l'écriture de leur projet en dehors des temps de formation.

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION INNOVANTE

Conception du plan de communication et intégration des outils numériques

Vous désirez faire un point sur vos pratiques en matière de communication en y associant les bouleversements du numérique. Ou vous entamez votre réflexion stratégique et voulez y intégrer, dès sa conception, les moyens technologiques innovants et les usages numériques.

Cette formation vous apportera des outils méthodologiques et des solutions concrètes pour y parvenir.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Construire un plan de communication adapté aux objectifs du projet
- Intégrer le numérique dans la stratégie de communication
- Définir ses outils et ses supports
- Engager et suivre le plan de communication

CONTENUS

Définir et élaborer la stratégie de communication

- L'identité du projet, le positionnement et les objectifs
- La note de stratégie, la note d'intention
- Les droits d'auteur, le droit à l'image et la responsabilité éditoriale
- Le ciblage des publics

Concevoir les outils à moyen et long terme

- La charte graphique, l'identité visuelle et sonore
- La budgétisation : moyens financiers et humains
- Le planning, les priorités, les étapes de validation
- Le marketing et les partenariats : medias, mécénat et institutions publiques

Innover avec la communication numérique

- Réflexion numérique sur l'ensemble du projet : opportunités offertes par les outils numériques
- Historique et typologie des principaux médias et réseaux sociaux sur le web
- Approche d'une stratégie de marketing direct : outils relationnels et méthodes
- Réseaux sociaux, plateformes d'échanges : stratégie d'intégration avec les autres supports de communication
- L'utilisation des communautés comme potentiel démultiplicateur
- La fidélisation de son public par la création d'événements en ligne
- L'évaluation de ses actions de communication, outils et indicateurs

● 4 JOURS

10, 11, 12
et 27 avril 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne décisionnaire et/ou en charge de la communication dans le secteur culturel : secrétaire général, responsable de communication et/ou de relations avec les publics, de diffusion, de développement, manager, artiste...

INTERVENANTS

*GWENOLA LE BRIS,
consultante en communication,
événementiel*

*RICHARD DE LOGU,
directeur et consultant –
Association Bug multimédia
Rennes*

COMMUNITY MANAGEMENT : DÉVELOPPER SA PRÉSENCE EN LIGNE

Stratégie, méthodes et outils

Une formation intensive pour approfondir ses compétences en communication web et développer les aptitudes liées au métier de community manager et à ses évolutions les plus récentes. À l'issue de ce stage, vous serez capable de déployer et d'enrichir votre présence sur les réseaux sociaux, au service d'une stratégie de communication.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Consolider sa présence en ligne
- Optimiser la visibilité de ses pages web
- Fédérer et fidéliser ses communautés
- Évaluer la valeur ajoutée de ces outils dans la stratégie de communication globale

CONTENUS

Le métier de community manager

- Le rôle et les fonctions
- Les évolutions et prospectives
- Organisation du travail et interaction avec ses collaborateurs
- La responsabilité éditoriale : identité numérique individuelle et collective

Les réseaux sociaux et les sites de partages

- Les règles, les codes, les usages
- Complémentarité entre les outils du web
- Panorama des outils promotionnels et relationnels
- Les applications pour les supports mobiles
- Les perspectives de développement

Stratégies de présence en ligne

- Les possibilités de création de contenus digitaux (SMO – Social Media Optimisation)
- Les méthodes pour diffuser ses contenus et générer des liens
- Les méthodes pour augmenter le nombre de billets et de commentaires

Évaluation

- Les méthodes et indicateurs de performance
- Le référencement

- Pour suivre cette formation, il est nécessaire d'avoir des connaissances en communication digitale, une stratégie de communication (politique, plan, identité, procédures, publics cibles) ainsi qu'une activité régulière sur les réseaux sociaux et les sites de partages.

● 3 JOURS

6, 7 et 8 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et de la promotion web : responsable ou chargé de communication, des relations avec le public, de production, de développement, community manager, artiste.

INTERVENANT

*RICHARD DE LOGU,
consultant en communication,
Bug – association multimédia*



OUTILS
NUMÉRIQUES



MENER À BIEN SON PROJET DE SITE WEB

Les bonnes pratiques pour concevoir et développer son site web

● 3 JOURS

6, 7
et 20 novembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Responsable communication, chargé de communication, de promotion, agent, manager, artiste, médiateur web, coordinateur, chargé de développement.

INTERVENANTS

PIERRE PULISCIANO, chargé de projet web, formateur – communication numérique et nouveaux médias

PAUL GILONNE, directeur artistique - UUS Studio, communication et multimédia

Cette formation courte vous offre la boîte à outils indispensable pour penser et développer un site web selon les pratiques actuelles. Elle vous permettra de faire aboutir votre projet dans des délais raisonnables, avec un budget maîtrisé et de trouver sa visibilité sur la toile. Fondamentaux de la gestion de projet web, mode d'emploi pour un cahier des charges, check-list des points de vigilances, suggestions pour aller plus loin...

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre les spécificités du web et l'actualité des pratiques
- Assimiler toutes les étapes du projet web
- Élaborer son cahier des charges
- Déterminer les responsabilités des parties prenantes
- Optimiser le lancement de son site et sa visibilité

CONTENUS

Les spécificités et les enjeux éditoriaux du web

- Le web 2.0 : concepts, outils et usages
- La typologie des sites internet
- La responsabilité éditoriale

Les préalables au projet

- L'identification des acteurs du projet
- Le choix d'une ergonomie et l'identité visuelle
- Le choix des prestataires et leur rôle
- La budgétisation du projet et le rétro-planning

Les phases de la production

- Les documents et les contenus préalables et nécessaires
- L'élaboration du cahier des charges
- Les applications son, vidéo et les liens vers les réseaux sociaux
- L'hébergement et l'administration d'un site internet

Améliorer sa visibilité

- La mesure de la fréquentation du site
- La création d'une base de contacts et son utilisation pour une newsletter
- La gestion des profils en ligne
- Les possibilités d'évolution (adaptation pour mobiles, billetterie, boutique en ligne...)
- Les outils de veille et les bases du référencement

- Cette formation privilégie les apports méthodologiques et la faisabilité du projet, elle implique donc un travail personnel durant l'intersession.

ÉCRIRE POUR LE WEB

Une rédaction adaptée aux spécificités du web et des supports numériques

Le web a modifié les modes de recherche, de réception et de lecture de l'information qui deviennent plus interactifs que linéaires. Rédiger une information précise et concise incitera le lecteur à aller plus loin dans la lecture de votre site et de ses contenus : articles, liens hypertextes, vidéos, images, sons, interaction... Cette formation offre des techniques, des méthodes et des clefs pour être lu et compris à l'écran.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre et évaluer les critères de lisibilité d'un texte à l'écran
- Composer et organiser un message selon les différents vecteurs de communication internet et téléphone mobile
- Adapter le contenu, le ton et le style aux lecteurs et au web
- Formuler les idées et rédiger un message clair

CONTENUS

Les spécificités du web

- Les comportements des individus
- Les différents niveaux et modes de lecture sur le web, la navigation, le zapping
- Les différentes tailles/formats/nombres de caractères des supports : écran et fenêtré, tablette, smartphone...
- Les techniques d'adaptation du texte au support choisi

Les principes fondamentaux de l'écriture sur la toile

- Les règles fondamentales de l'écriture en situation professionnelle
- La construction d'un texte
- Les techniques de rédaction
- La structuration du texte pour aider le lecteur à se repérer dans la page : objet, titre, chapeau, légendes, liens hypertextes
- Écrire court : savoir aller à l'essentiel
- L'angle et la tonalité en fonction des lecteurs ciblés

Mise en pratique

- Rédaction d'e-mails, de newsletters, d'articles sur un blog, sur un site, d'un message sur Twitter...
- Les spécificités de la communication interactive
- Analyse et perspectives d'évolution de sa présence sur la toile

- La formation implique la production d'écrits. Elle s'appuie sur l'alternance entre apports méthodologiques et travaux écrits en groupe ou individuellement. Les participants doivent prévoir du temps personnel pour travailler à l'écriture de divers textes.

● 3 JOURS

7, 8

et 15 février 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne amenée à rédiger pour le web : en charge de la communication, de la promotion, de la diffusion, de la médiation ou du développement d'un projet artistique ou culturel.

INTERVENANTES

CATHERINE GUILLAUD,
consultante en communication

REBECCA PIEDNOIR,
responsable de la bibliothèque
de théâtre contemporain du
Théâtre Joliette-Minoterie,
Marseille

FACEBOOK AU SERVICE DU PROJET CULTUREL

Générer des contenus, créer du trafic et animer ses communautés

Cette formation avancée s'adresse aux utilisateurs de Facebook qui veulent en faire un usage professionnel efficace pour élargir leur audience et fédérer des communautés autour de leur projet.

● **1 JOUR**

20 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE - ARCADE

TWITTER ET INSTAGRAM AU SERVICE DU PROJET CULTUREL

Usage professionnel du micro-blogging et du partage de contenus

Une formation experte qui vous permettra d'évaluer l'intérêt de ces réseaux sociaux dans le cadre d'une stratégie de communication, d'en professionnaliser votre usage actuel afin de susciter toujours plus d'intérêt et relayer l'information.

● **1 JOUR**

21 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE - ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et de la promotion sur le web d'un projet artistique, d'une programmation : community manager, responsable ou chargé de communication, des relations avec le public, de production, de diffusion, de développement, artiste.

INTERVENANT

MATTHIEU PICANO,
consulting manager,
agence Commonethic

OBJECTIFS DE FORMATION

- Gérer sa présence en ligne
- Utiliser les différentes fonctionnalités des principaux réseaux
- Animer et développer ses « communautés »

CONTENUS

Identifier et intégrer les spécificités et les particularités

- Les règles et les codes
- Les usages propres à ces réseaux sociaux
- > Facebook : fonctionnement et liens entre page, profil, groupe, événement
- > Twitter et Instagram : fonctionnement et liens

Fédérer et accroître ses communautés

- Définir la stratégie et le plan éditorial
- La gestion directe ou indirecte de trafic ciblé
- Distinguer et utiliser marketing viral et buzz marketing
- > Facebook : animer les pages, profils, groupes, événements
- > Twitter et Instagram : affiner ses profils

Générer des contenus et créer du trafic

- La création et l'ajustement de ses contenus
- Les applications spécifiques pour la création de contenu
- Les interactions entre les différents supports
- Les possibilités offertes par les *advertisings*
- Les autres outils promotionnels et relationnels
- Les indicateurs de performance

- Pour suivre ces formations, il est nécessaire d'avoir des connaissances en communication digitale ou avoir participé à la formation « Community management : développer sa présence en ligne ».

S'ASSURER UNE PRÉSENCE PROFESSIONNELLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : LES INDISPENSABLES

Créer et faire vivre ses comptes et profils

Cette formation est destinée à ceux qui débutent dans l'usage des réseaux sociaux ou ne les utilisent que de façon privée et désirent en faire un outil professionnel. Ce module vous donnera les éléments essentiels pour être visible sur les réseaux sociaux en mesurant l'intérêt de chacun d'entre eux. Vous aurez des éléments pour évaluer le travail et le temps nécessaire à cette communication et à son issue, vous connaîtrez le style et la narration à développer pour susciter l'intérêt de vos futurs *followers*.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Parler et faire parler de son projet via les réseaux sociaux
- Utiliser les fonctionnalités essentielles des principaux réseaux sociaux
- S'assurer une présence en ligne en y consacrant un minimum de temps
- Développer son audience et mesurer son efficacité

CONTENUS

Comprendre le fonctionnement et les pratiques

- Les usages des principaux réseaux sociaux
- Les règles et les codes généraux des réseaux sociaux, spécifiquement ceux du secteur culturel
- Le fonctionnement des comptes, pages et profils
- La connaissance des règles d'écriture et les styles utilisés

Établir une stratégie simple et pertinente

- Mesurer l'intérêt d'une présence sur les différents réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Soundcloud...
- Évaluer les moyens à mettre en œuvre : temps, budget...
- Établir une ligne éditoriale réaliste en lien avec la communication globale
- Développer son identité via le story-telling
- Établir un rétroplanning en lien avec le story-telling
- Programmer des publications

Générer du trafic et utiliser les fonctionnalités principales des réseaux sociaux

- Créer et gérer ses pages et profils Facebook, ses comptes Instagram et Twitter
- Maîtriser les formats des contenus (images, son, vidéo)
- Concevoir des événements et des groupes sur Facebook
- Générer l'interaction du public et s'assurer d'une présence sur les réseaux en temps réel
- Intensifier ses publications via Facebook Ads & Twitter Ads

Mesurer l'efficacité de sa stratégie

- Utiliser les outils permettant de mesurer l'impact de ses publications
- Rester en veille : suivre les évolutions des réseaux sociaux

● 3 JOURS

20, 21

et 22 février 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne débutant dans le community management et souhaitant assurer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux.

Toute personne en charge du développement, de la communication et de la promotion d'un projet artistique ou culturel : artiste, chargé de promotion, manager, coordinateur, chargé de développement.

INTERVENANT

MATTHIEU PICANO,
consulting manager, agence
Commonethic

WORDPRESS

Créer son site professionnel

● 5 JOURS

2, 3, 4, 5 et 9 mai 2017 - MARSEILLE/INFA

OBJECTIFS DE FORMATION

- Créer un site web pour son entreprise
- Gérer les contenus texte et image
- Définir les moyens pour obtenir de nouveaux clients grâce au web

CONTENUS

Prise en main de wordpress

- Réservation de l'hébergement et nom de domaine
- Travail sur un faux-site local sur la base d'un cahier des charges type
- Se repérer dans l'interface d'administration
- Créer une page, insérer texte et image
- Créer le menu et configurer la page d'accueil
- Découvrir les modèles de page
- Installer un plugin

Conception du site

- **Brainstorming** - les objectifs et les moyens d'un site web
- **Notion de référencement** - hiérarchie du contenu
- **Installation du site** - mise en ligne de Wordpress
- **Le design** - trouver un thème : où, comment ?
- installer et comprendre son thème

Réalisation du site

- **Le contenu** - les pages, trouver et installer les plugins nécessaires, widget et sidebar
- **Le blog** - intérêt et mise en place, taxonomie, catégories et mots-clés
- **Divers** - la vidéo sur un site web avec Youtube, le référencement

PUBLIC

Toute personne désirant être autonome dans la mise en place et la gestion du site web de sa structure.

Il est fortement conseillé d'avoir établi le cahier des charges du site Internet de sa structure ou avoir suivi la formation « Mener à bien son projet de site web »

INTERVENANT

CHRISTOPHE PASSET, intérateur web - Antipole

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Améliorer son classement et augmenter le trafic sur ses pages web : Google Analytics et Google AdWords

● 3 JOURS

10, 11 et 12 mai 2017 - MARSEILLE/INFA

OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre et améliorer sa visibilité
- Optimiser son budget et ses mots-clés
- Comprendre et améliorer l'utilisation de Google Analytics et Adwords

CONTENUS

Fonctionnement du référencement naturel

- Les règles indispensables du référencement
- Moteurs, métadonnées et présence dans les annuaires
- Installation pour les trois types de sites (Html, Flash, CMS)

Analyse et stratégie

- Le *PageRank* et l'approche marketing du référencement
- Le comportement des visiteurs : analyse géographique, pages vues, temps passé, taux de rebond et équipement technique
- Optimiser sa campagne de référencement
- Critères de classement et rapports personnalisés

Mise en œuvre

- Les outils Google (Adwords - Adsense - Analytics)
- Les indicateurs, les ratios significatifs et le tableau de bord
- Technique de mesures d'audience et éléments mesurés
- Outils de prévision de trafic
- Les outils d'aide à la gestion de campagne et le générateur de mots clés

PUBLIC

Toute personne souhaitant rendre visible les pages web sur lesquelles ses œuvres, sa structure, son profil sont référencés : site, blog, réseaux sociaux, sites de partage...

Il est fortement recommandé d'avoir déterminé auparavant une stratégie de communication (et notamment des mots-clés) et/ou d'avoir suivi la formation de la thématique « Développer une stratégie de communication innovante » ou « Community management : développer sa présence en ligne ».

INTERVENANT

STÉPHANE DERHY

● RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

www.infa-formation.com - ANNICK CASANELLI - 04 91 32 84 90 - admin13@infa-formation.com

The background of the page is a topographic map with brown contour lines. A large white circle is cut out from the center of the map, containing the title text. The text is in a clean, sans-serif font, with the letter 'O' in the first line and the letter 'C' in the second line highlighted in red.

OUTILS DE
COMMUNICATION



RENFORCER SES RELATIONS PRESSE ET MÉDIAS

Les outils et les bonnes pratiques dans les relations presse culturelles

● **2 JOURS**

18 et 19 avril 2017

MARSEILLE

IMMS/LA FRICHE

PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et des relations avec les médias : secrétaire général, chargé de communication et/ou de relations avec les publics, chargé de diffusion, chargé de développement, agent artistique, manager...

INTERVENANTE

ANNE LACOMBE,
*attachée de presse
(Festival d'Aurillac, les Tombées de la nuit, Festival Furies, Cirque ici – Johan Le Guillerm, KompleXKarpharnaüm)*

Cette formation vous permettra d'approfondir vos compétences en communication à destination de la presse : amélioration de vos techniques de gestion de fichier, de retro-planning, de stratégie de partenariat, mais également optimisation de vos compétences relationnelles pour des relations pérennes de qualité avec les journalistes.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Acquérir une méthodologie pour la gestion de ses fichiers presse
- Élaborer le planning promotionnel de la structure et du projet artistique
- Communiquer efficacement avec les médias et cibler ses contacts
- Rédiger des outils de communication professionnels pour la presse

CONTENUS

Situation des médias aujourd'hui

- L'inventaire des supports médias (presse écrite et audio-visuelle, presse en ligne, agences de presse)
- L'importance des périodicités
- Le ciblage en fonction de ses spécificités
- Le choix et l'adaptation aux particularités des médias

Les outils de travail

- La gestion et la mise à jour des fichiers de contacts presse
- E-communication : newsletter, mail, blog et réseaux sociaux médiatiques
- La structuration du communiqué de presse : aller à l'essentiel
- La préparation de la conférence de presse ou de l'événement inaugural
- Le montage d'un dossier de presse percutant
- Les sources pour évaluer ses retombées presse (Argus de la presse)
- La valorisation de son projet par la revue de presse

La mise en œuvre

- La construction de relations durables avec le monde journalistique
- La mise en place des partenariats médias en lien avec son projet
- L'élaboration du rétro-planning
- L'organisation des interviews, séances photo, show-case, happening...

- Pour les ateliers : il est conseillé aux participants d'apporter un cas concret de relations avec la presse, actuel ou prévisionnel.

RÉALISER UNE VIDÉO POUR PROMOUVOIR SON PROJET

Tourner, monter et diffuser une vidéo pour le web

Ce module vous donnera les clés pour réaliser vous-même un court support vidéo que vous pourrez facilement diffuser sur le web. Vous apprendrez à utiliser efficacement les technologies grand public pour créer en autonomie une vidéo promotionnelle attractive. De plus, vous serez à même de passer commande à un professionnel pour réaliser un projet vidéo de plus grande envergure.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Utiliser la vidéo à des fins marketing et promotionnelles
- Déterminer l'objectif, les cibles et les supports de diffusion
- Préparer, livrer et diffuser des contenus vidéo en bonne définition
- Utiliser un Smartphone pour réaliser une vidéo professionnelle
- Identifier les éléments nécessaires pour passer une commande à un professionnel

CONTENUS

Définir son projet vidéo

- L'impact de la vidéo dans la promotion et la communication sur le web
- Les différentes utilisations possibles de la vidéo : captation, interviews, actualités, vidéo promotionnelle...
- Les canaux de diffusion : plateforme vidéo, site web, campagne e-mailing...
- Le cadre légal de la propriété intellectuelle et de la diffusion de contenu sur Internet

Préparer et organiser son tournage

- Élaborer un synopsis
- Planifier son tournage
- Évaluer les moyens techniques, humains, financiers et temporels

Optimiser la captation vidéo et son

- Le matériel et les accessoires indispensables
- Les principes de l'éclairage, du son et du cadrage
- Repérer les fonctionnalités de son Smartphone
- Tourner avec son Smartphone

Le montage

- Repérer les spécificités des logiciels gratuits (iMovie et Windows Movie Maker)
- Identifier les banques de sons gratuits
- Les formats vidéo et les exports possibles
- Réaliser un montage simple : techniques et effets

Exploiter ses contenus vidéos

- Les fonctionnalités des plateformes d'hébergement
- Identifier les supports pour le stockage et la livraison des fichiers
- Compresser et convertir ses fichiers

● 2 JOURS

13 et 14 novembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Cette formation s'adresse aux professionnels du secteur du spectacle vivant et de la culture susceptibles de développer la communication et la promotion de projets artistiques et culturels : responsable et chargé de communication, de promotion, des relations avec les publics, médiateur, chargé de production, manager, artiste...

INTERVENANTE

Laure NOURAOUT, directrice de communication de la Fabrique de la danse, ancienne journaliste (TV, presse, radio, web)

RÉALISER DES SUPPORTS DE COMMUNICATION PAPIER

De la conception graphique à l'impression

● **3 JOURS**

2, 3 et 4 octobre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et de la promotion d'un projet artistique ou d'une programmation : chargé de communication, chargé des relations avec le public, chargé de diffusion, chargé de développement, manager...

INTERVENANTS

*PAUL GILONNE,
directeur artistique - UUS Studio,
communication et multimédia*

*GWENOLA LE BRIS,
consultante en communication,
événementiel*

Une formation complète sur la chaîne de création d'un support de communication visuelle, avec pour objectif : être efficace de la conception à la fabrication, produire un support visuel de qualité en phase avec l'image de son projet, toucher son public et créer l'effet recherché.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Améliorer la communication visuelle d'un lieu, d'une compagnie, d'un artiste
- Faire les bons choix visuels et techniques au regard des contraintes budgétaires et des publics visés
- Maîtriser les différentes étapes de fabrication des supports papier

CONTENUS

La stratégie de communication visuelle

- Définition de l'identité visuelle du projet
- Le positionnement et les objectifs de communication visuelle
- La création d'une identité visuelle

La chaîne graphique

- L'image numérique
- Les différents logiciels graphiques et les formats d'enregistrement
- La prise en compte des contraintes techniques
- La préparation des documents à transmettre à l'imprimeur

L'impression

- Les techniques d'impression
- Les supports papier
- Le façonnage

La relation aux prestataires

- L'élaboration du cahier des charges
- Les étapes de conception et de réalisation : analyse des devis, choix des prestataires et calendrier
- La collaboration avec les prestataires (graphiste, imprimeur, façonneur, routeur) : des réflexes à acquérir

La communication graphique : langages et styles

- Les courants : typographie et image
- La création graphique : principes de mise en page et de lisibilité
- Les problèmes graphiques : identification et résolution

- Cette formation privilégie des apports méthodologiques. Elle comprend un temps de travaux pratiques s'appuyant sur les projets des participants.

VALORISER SON PROJET PAR DES SUPPORTS DE COMMUNICATION ADAPTÉS

Rassembler, décliner, organiser les informations selon les supports : mettre en avant le fond par la forme

Subvention, mécénat, co-production, diffusion, relation presse, action pédagogique : chaque situation nécessite un support convaincant et adapté. Cette formation vous propose des méthodes pour agencer les informations et valoriser au mieux votre projet sur différents formats.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Organiser ses contenus pour composer des supports pertinents
- Faire des choix de mise en forme adaptés au projet pour mieux le valoriser
- Connaître les éléments constitutifs de chaque support
- Décliner les contenus pour les supports papier et web

CONTENUS

Les principes de la communication

- L'idée essentielle du projet par l'expression synthétique
- La déclinaison des informations selon une logique efficace
- La mise en avant des mots, concepts, phrases et notions clés
- La sélection et l'organisation des contenus *print* et web

Les éléments constitutifs de sa valise de travail

- La rédaction d'une argumentation, d'une note d'intention : créativité et esprit synthétique
- Rassembler et assembler les éléments : bio, CV artistiques, visuels (logos, photos, vidéos), extraits musicaux, teasers, budgets, fiche technique

Le décryptage des différents destinataires

- L'identification des différents destinataires
- La déclinaison des supports selon l'objet : subvention, partenariat, mécénat, production/diffusion, presse, pédagogique

La mise en forme

- La valorisation du projet par la forme, l'adéquation de la forme avec les contenus
- Le choix de l'identité visuelle, des images et des animations son/vidéo
- L'adaptation aux outils web : site, blog, réseaux sociaux, plateforme de partage
- Le jeu de la créativité : présentation d'un panel de supports de communication innovants et ludiques

● **3 JOURS**
6, 7 et 8 juin 2017

NICE
ESPACE MAGNAN

PUBLIC

Toute personne amenée à rédiger et mettre en forme un projet artistique ou culturel à destination de différents interlocuteurs dans une perspective de diffusion, de communication ou de médiation : chargé de communication, chargé des relations avec le public, chargé de diffusion, chargé de développement, agent artistique, manager...

INTERVENANTES

CATHERINE GUILLAUD,
consultante en communication
AGNÈS WANDERSCHIED,
consultante en communication et relations avec le public, Le Carrefour des Abeilles

INDESIGN

Élaborer et concevoir un document d'édition

● 5 JOURS

19, 20, 21, 24 et 25 avril 2017 MARSEILLE/INFA

OBJECTIFS DE FORMATION

- Donner une méthodologie d'application
- Savoir utiliser le logiciel de mise en page pour concevoir un document et le publier
- Faire les bons choix techniques pour l'édition

CONTENUS

L'interface - Présentation du logiciel

Le document - Les pages types, les blocs, les calques et la création de modèle

Le texte - La mise en forme, les feuilles de styles
- La vectorisation du texte

Le dessin - Tracé, modification de tracé et transparence

Les objets - Masques, imbrication, superposition, alignement, transformation et pathfinders

Les images - Manipulation des blocs images, habillage et détourage

L'interactivité - Insérer des signets, des hyperliens et des boutons de navigation

Les couleurs - Normes RVB, CMJN, etc.
- Palette couleur et nuancier

Les tableaux - Création et importation de tableaux

La préparation à l'impression - Imprimer une épreuve du document - Exporter au format PDF

PUBLIC

Toute personne souhaitant créer des documents d'édition professionnelle, de la conception au rendu final. Il est fortement recommandé d'avoir déterminé l'identité visuelle et la stratégie de communication de sa structure ou d'avoir suivi la formation « Réaliser des supports de communication papier » ou « Développer une stratégie de communication innovante ».

INTERVENANTE

VALÉRIE SCOTTO DI CESARE

PHOTOSHOP

Créer des visuels pour l'entreprise culturelle

● 5 JOURS

12, 13, 14, 15 et 16 juin 2017 - MARSEILLE/INFA

OBJECTIFS DE FORMATION

- Acquérir une connaissance technique du traitement de l'image
- Améliorer la qualité des reproductions sur tous les supports de communication
- Devenir autonome dans la création de design graphique et de retouches d'images

CONTENUS

Notions de base

- Présentation, colorimétrie, formats d'enregistrement

Retouches d'images

- Niveaux, courbes, balance des couleurs, teintes

Sélection et détourage

- Outils de sélection et tracé vectoriel

Les calques

- Création et gestion des calques
- Chaînage et fusion

Les couleurs

- Les réglages chromatiques
- Préparation à l'impression

Les filtres

- Utilisation des filtres

PUBLIC

Toute personne amenée à traiter ou réaliser des photomontages complexes et des supports visuels pour la communication de sa structure dans le but de les publier. Il est fortement recommandé d'avoir déterminé l'identité visuelle et la stratégie de communication de sa structure ou d'avoir suivi la formation « Réaliser ses supports de communication papier ».

INTERVENANTE

VALÉRIE SCOTTO DI CESARE

● RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

www.infa-formation.com - ANNICK CASANELLI - 04 91 32 84 90 - admin13@infa-formation.com



RELATIONS
AVEC LES PUBLICS



REPENSER SA RELATION AUX PUBLICS : SOCIOLOGIE DES PUBLICS ET DES PRATIQUES CULTURELLES

Réfléchir aux relations avec les publics pour enrichir le sens de ses actions

● **3 JOURS**

2, 3 et 18 mai 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Cette formation s'adresse aux chargés de production, directeurs de structures, responsables et chargés de communication, des relations publiques et de l'action culturelle.

Elle est également accessible aux agents des collectivités territoriales intéressés par ces questions.

INTERVENANT

CHRISTOPHE APPRILL,
sociologue de la culture et formateur

Cette formation propose d'approfondir sa réflexion sur la réception des œuvres et sur le positionnement de l'acteur culturel face à un public qu'il devrait approcher, accompagner, élever ou satisfaire. Un retour historique permettra de prendre du recul face aux mots d'ordre du temps et aux représentations hâtives des publics, de leurs pratiques et de leurs attentes.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Enrichir son approche des publics
- Mobiliser les indicateurs de la démocratisation culturelle
- Construire un regard critique sur le lexique de l'action culturelle
- S'approprier des outils de compréhension : la construction d'un parcours de spectateur
- Questionner les catégorisations implicites et explicites des publics

CONTENUS

Décrypter les études sociologiques sur les publics et les actions

- Un demi-siècle d'études sur les publics
- Les indicateurs sociodémographiques
- La persistance des inégalités par secteur

Réinterroger la notion de « public »

- Les manières d'être spectateur
- Les diverses représentations des publics
- Les différentes postures face aux publics : accompagnement, offre/demande, excellence

Explorer les théories de la construction du goût

- La construction du goût et le rapport à l'esthétique
- La socialisation primaire et la socialisation secondaire
- Le fait d'être spectateur et la pratique culturelle en amateur

Les paradigmes de l'action culturelle

- Les mutations en jeu : de la démocratisation culturelle à la démocratie culturelle
- Les Droits Culturels et le pouvoir d'agir
- L'art partagé et les démarches participatives : réinterroger l'art et la Cité

Élargir ses publics grâce à ses partenaires

- L'observation de son écosystème numérique
- La présentation des relations partenariales
- La mutualisation et le travail en réseau au service des publics

CONCEVOIR UN PROJET D'ACTION ARTISTIQUE ET CULTURELLE

Méthodologie, partenariats, outils de mise en œuvre

Cette formation vous apportera une méthodologie pour penser et mettre en œuvre une action artistique et culturelle adaptée au territoire et aux publics que vous désirez toucher. À son issue, vous saurez dans quel cadre institutionnel vous pouvez vous inscrire et quels sont les objectifs et les contraintes des opérateurs avec lesquels vous nouerez des partenariats de terrain. Vous acquerrez des outils de gestion de projet pour atteindre les objectifs de votre action artistique et culturelle.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Positionner son projet sur un territoire selon des objectifs clairs
- Repérer les cadres d'intervention, les dispositifs et les sources de financements
- Distinguer les acteurs, interlocuteurs, relais et partenaires
- Utiliser une méthodologie et des outils de gestion de projet

CONTENUS

Connaître les cadres des Actions Artistiques et Culturelles

- Identifier les éléments clés de la politique culturelle (nationale, territoriales, les cadres et dispositifs)
- Distinguer les différentes formes d'actions et les publics

Diagnostiquer le projet

- Repérer les spécificités d'un territoire dans ses dimensions sociales, géographiques, démographiques, culturelles
- Identifier des interlocuteurs, relais, partenaires et publics potentiels
- Comprendre les enjeux de sa structure par rapport à l'AAC

Préparer un plan d'action

- Définir les enjeux et motivations des partenaires
- Déterminer les interactions à tisser entre les structures partenaires
- Identifier les dispositifs et sources de financements mobilisables

La méthodologie et les outils de gestion de projet d'AAC

- Déterminer les objectifs du projet croisés avec ceux des partenaires en terme de durée et de forme de l'action
- Déterminer le rôle de chacun dans le projet (artistes, intervenants, relais, partenaires...)
- Organiser le budget
- Planifier les étapes de montage du projet et de la réalisation de l'action
- Déterminer et décrire des indicateurs de résultats attendus et des indicateurs de réalisation

- Cette formation privilégie les apports méthodologiques et la faisabilité du projet, elle implique donc un travail personnel durant la formation et l'intersession. Chacun des participants aura préalablement choisi et communiqué le projet concret sur lequel il souhaite travailler.

● 3 JOURS

13, 14 février
et 14 mars 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Cette formation s'adresse à des professionnels du secteur du spectacle vivant et de la culture, susceptibles de développer des projets d'actions artistiques et culturelles dans le cadre de la mise en œuvre de leurs relations aux publics.

Responsable et chargé des relations avec les publics, de médiation ou d'action culturelle, responsable de service éducatif, chargé de programmation ou de développement, au sein de collectivité territoriale ou d'entreprise culturelle (compagnie, collectif, structure de diffusion, festival ou lieu accueillant des spectacles).

INTERVENANTS

SAM KHEBIZI,
directeur de l'association de médiation artistique,
Les Têtes de l'Art

Sarah THUILLER,
responsable de l'accompagnement, Les Têtes de l'Art

Témoignages de professionnels de différents secteurs impliqués dans des projets d'action artistique et culturelle du territoire

ÉVALUER SON PROJET ET SES ACTIONS ARTISTIQUES ET CULTURELLES

Élaboration d'une méthode d'évaluation, mise en œuvre et communication des résultats

● **3 JOURS**

25, 26 et 27
septembre 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Directeur de structure, secrétaire général, administrateur, chargé de production, responsable et chargé des relations avec les publics, au sein de compagnies, de lieux de diffusion ou de création, de festivals, de manifestations culturelles, de musées...

INTERVENANT

*VINCENT LALANNE,
consultant et formateur,
spécialiste des politiques
culturelles des collectivités
territoriales et des projets
culturels associatifs et
coopératifs*

L'évaluation est aujourd'hui devenue un impératif dans les rapports avec les partenaires financiers et institutionnels. Cette formation offre des méthodes pour (ré)intégrer l'évaluation au sein du projet et en faire un atout pour partager son action, valoriser ses résultats, anticiper les évolutions et ajuster ses objectifs.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Déterminer les raisons de la conduite d'une évaluation (contexte, enjeux, objectifs)
- Élaborer un dispositif d'évaluation propre au secteur culturel
- Partager puis valoriser les résultats de l'évaluation auprès des parties prenantes au projet

CONTENUS

Appréhender les enjeux et logiques de l'évaluation

- Le cadre de l'évaluation dans le secteur culturel : pertinence, cohérence, efficacité, impact, durabilité, utilité sociale...
- Les attentes et les critères des financeurs publics sur les projets artistiques et culturels
- Les types d'évaluation : évaluation cognitive, normative, instrumentale

Élaborer une méthodologie de l'évaluation liée à la conduite de projet

- Clarifier les objectifs et les finalités de son projet et/ou de ses actions
- Préciser les questions auxquelles doit répondre l'évaluation
- Les indicateurs courants : qualitatifs, quantitatifs
- Définir des indicateurs propres aux projets et à l'analyse de leurs impacts

Mettre en œuvre un processus d'évaluation

- Les ressources et moyens pour conduire une évaluation
- L'évaluation partagée, participative
- Les outils de l'évaluation : sondage, entretien guidé, enquête
- Le processus de recueil des données
- L'organisation et l'analyse des données recueillies

Communiquer et valoriser l'évaluation

- Les préconisations, les répercussions et les impacts de l'évaluation sur le projet et les parties prenantes
- Les points marquants à communiquer
- Les modes de présentation selon les destinataires

OPTIMISER L'ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES ET L'ÉTENDRE À TOUS LES PUBLICS

Réglementation, dispositifs et plan d'actions

L'accessibilité des établissements recevant du public aux personnes handicapées est aujourd'hui une obligation légale. C'est aussi une opportunité pour repenser la qualité de son accueil pour tous les publics, quels que soient leurs besoins spécifiques (jeune public, personnes âgées, groupes...). Cette formation vous permettra d'identifier les différents dispositifs d'accessibilité et d'acquérir les outils pour les réaliser.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître la réglementation
- Identifier les différents publics
- Déterminer les moyens techniques, les ressources utiles
- Définir un plan d'action

CONTENUS

L'accueil de tous les publics

- Identifier les différents publics : de qui parle-t-on ?
- Caractériser les spécificités et les besoins à prendre en compte, à satisfaire
- Comprendre les enjeux de la chaîne d'accessibilité

Les dimensions de l'accessibilité

- Connaître les cadres et principes réglementaires
- Faciliter l'accès aux lieux : circulation, signalisation, sécurité et environnement
- Gérer la signalétique : accueil, billetterie, salle, loges, espaces techniques
- Organiser l'information et la coordination des équipes, des parties prenantes

Le diagnostic et le plan d'action

- Identifier les obstacles et leviers de l'accessibilité
- Prendre en compte les besoins spécifiques : handicap, personnes âgées, jeune public...
- Repérer les moyens, les solutions techniques et les organismes habilités
- Chiffrer les aspects budgétaires et connaître les aides financières
- Mettre en place un plan d'action d'amélioration de l'accessibilité

● 3 JOURS

30, 31 janvier
et 9 février 2017

ARLES
IUP-AIC

PUBLIC

Cette formation s'adresse à des professionnels du secteur du spectacle vivant et de la culture qui souhaitent optimiser l'accueil de leur public et appliquer les réglementations en vigueur : administrateur, directeur technique, régisseur, responsable de l'accueil, organisateur permanent ou occasionnel, à titre privé ou pour le compte d'une collectivité.

INTERVENANT

GAËL ANASSE,
responsable de formation,
Institut supérieur des techniques
du spectacle

*Témoignage d'un directeur
technique spécialisé*

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION DE SON OFFRE CULTURELLE

Politique tarifaire, fidélisation des publics et actions marketing

● 3 JOURS

24, 25 et 26 avril 2017

AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Responsable et chargé des relations avec les publics, de la billetterie, secrétaire général, au sein de lieux de diffusion ou de création, de festivals, de manifestations culturelles.

INTERVENANTE

VALÉRIE ROUVET,
consultante indépendante spécialisée en billetterie et gestion des publics, co-auteur du Traité de billetterie (Edition AS, 2002)

Cette formation propose un tour d'horizon pour exploiter les sources d'informations concernant vos publics, élaborer une politique tarifaire adaptée et concevoir un programme de fidélisation convaincant. Vous ferez également le point sur les nouvelles orientations en matière de marketing dans le champ culturel.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Élaborer sa stratégie tarifaire
- Développer une offre de fidélisation pertinente
- Rendre lisible et attractive sa gamme de tarifs

CONTENUS

Connaître ses publics sous l'angle statistique et individuel

- L'apport croisé des données billetterie et de relations publiques
- Les catégories de publics et de spectateurs
- La structure d'un fichier : variables, arborescence
- Le partage des fichiers entre services
- L'import de fichier : questions à se poser, règles à respecter

Construire sa stratégie tarifaire

- L'évaluation du « juste prix »
- Un outil d'aide à la décision
- La spécificité du spectacle jeune public
- Réflexion autour de la notion de gratuité

Identifier et concevoir ses produits de fidélisation des publics

- Les adhésions : types d'adhésions, enjeux, avantages
- Les abonnements : types d'abonnements, enjeux, avantages, conception
- Les cartes Pass : fonctionnement
- Autres produits de fidélisation

Les nouvelles tendances en matière de commercialisation

- Le *yield management*
- Le calcul des indicateurs
- Les réseaux sociaux
- Le *cross marketing*
- Le *cross selling* et le *up selling*

ORGANISER LA BILLETTERIE ET PRÉPARER L'ACCUEIL DE SES PUBLICS

Pour une billetterie évolutive et une politique d'accueil de qualité

Cette formation vous permettra de mettre à jour vos connaissances sur les règles techniques, juridiques et fiscales particulières à la billetterie de spectacle et vous aidera à faire évoluer votre billetterie pour une vente multicanale efficace. Elle met également l'accent sur les compétences relationnelles et organisationnelles qui participent à la satisfaction et à la fidélisation des publics.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Connaître et respecter la législation de la billetterie en France
- Maîtriser les procédures d'abonnement, de réservation, de vente au guichet, de contrôle et de gestion de salle
- Proposer son offre sur les différents canaux de vente
- Gérer les différentes situations d'accueil

CONTENUS

Comprendre le cadre réglementaire

- La définition et la législation d'une billetterie manuelle, informatisée, dématérialisée
- Le billet thermique et le billet dématérialisé : typologies et mentions obligatoires
- Les documents obligatoires
- Les différents contrôles de l'État

Se repérer dans la vente multicanale

- Les filières de vente internes et externes : guichet, bureau, web, distributeurs, revendeurs, agences et réseaux
- Quels produits pour quelle filière
- Les technologies proposées par les différents prestataires

Suivre le cycle de vente

- La gestion des tarifs, des abonnements et des adhésions
- Traiter la réservation, l'option, la vente, l'annulation, le remboursement
- La gestion des quotas et contingents de place, l'envoi des billets
- Les points de suivi des ventes et reporting

Mettre en place la billetterie et l'accueil

- L'organisation des équipes : fonctions, missions et plannings
- La préparation des guichets, plateforme téléphonique
- La préparation du hall, de la salle et la signalétique
- Les systèmes de contrôle des accès (listing, douchette, smartphone...)

Accueillir son public

- Les postures et règles d'accueil
- Un accueil spécifique pour chaque public
- Une méthode de résolution des conflits
- La sécurité

● **3 JOURS**

27, 28

et 29 mars 2017

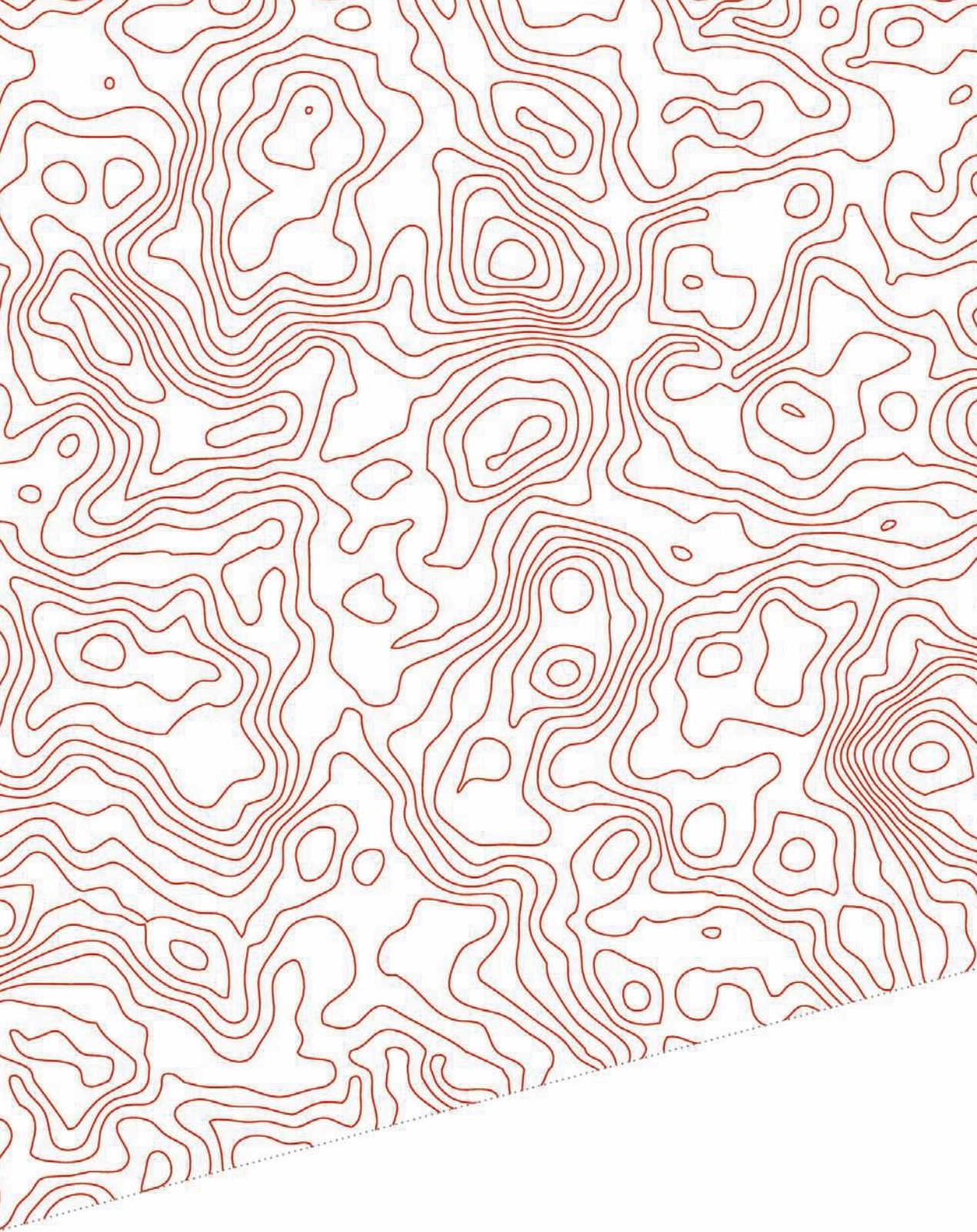
AIX-EN-PROVENCE
ARCADE

PUBLIC

Toute personne responsable de l'accueil et de l'organisation de la billetterie : responsable et chargé de la billetterie, de l'accueil, opérateur billetterie, chargé des relations avec les publics, chargé de communication, administrateur, secrétaire général.

INTERVENANTE

*VALERIE ROUVET,
consultante indépendante
spécialisée en billetterie et
gestion des publics,
co-auteur du *Traité de
billetterie* (Edition AS, 2002)*



The background of the page is a topographic map with red contour lines. A large white circle is cut out from the center of the map, revealing a white background. The text "INFORMATIONS PRATIQUES" is centered within this white circle. The word "INFORMATIONS" is on the top line and "PRATIQUES" is on the bottom line. The letter 'O' in "INFORMATIONS" and the letter 'Q' in "PRATIQUES" are highlighted in red.

INFORMATIONS
PRATIQUES



À NOTER

Les délais de traitement des dossiers de financement varient de 2 semaines à 4 mois selon votre situation, il est conseillé d'anticiper votre demande de formation.

Toute annulation à l'initiative du participant ou de son employeur devra être notifiée à l'Arcade par courrier au plus tard quinze jours avant la date d'entrée en formation. Toute formation commencée est intégralement due. En cas d'absence non justifiée, l'employeur se substitue au fonds d'assurance formation pour le règlement des journées non effectuées.

L'Arcade se réserve le droit d'annuler une action de formation s'il n'y a pas assez de participants, au plus tard quinze jours avant la date d'entrée en formation.

EFFECTIF

15 participants maximum (sauf mention spécifique)

CONDITIONS DE PARTICIPATION OU NIVEAU REQUIS

Se reporter au préalable au programme détaillé de chaque formation à télécharger sur le site

HORAIRE DES FORMATIONS

De 9h à 12h30 et de 13h45 à 17h15 (sauf mention spécifique)

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE ET DÉMARCHE DE FORMATION

Des formations animées par des intervenants, formateurs, professionnels en activité et experts reconnus dans leur domaine.

Une pédagogie pour acquérir une méthodologie de travail, élaborer des stratégies, se positionner, actualiser des connaissances, maîtriser de nouveaux outils.

Des méthodes pédagogiques qui alternent des apports théoriques, des mises en situation, des études de cas individuel ou en petits groupes.

De nombreux modules organisés en deux ou trois périodes pour mettre en pratique les éléments acquis en formation et contribuer à une meilleure progression et opérationnalité.

Des sessions qui sollicitent et privilégient la participation active des stagiaires ; les travaux réalisés en formation contribuent à un meilleur apprentissage et au déploiement de nouvelles compétences en situation professionnelle.

Une équipe disponible tout au long de la formation et au-delà, pour suivre le déroulement administratif et pédagogique, individuel et collectif.

Des dossiers thématiques et documentaires relatifs à chaque formation.

Des modalités d'évaluation :

- un entretien téléphonique et un questionnaire pédagogique préalables,
- un bilan oral de satisfaction et un questionnaire d'évaluation des acquis à l'issue de la formation,
- la délivrance d'une attestation de formation.



Nouveauté :

38 formations sont éligibles au financement CPF (Compte Personnel de Formation).

3 ÉTAPES POUR VOUS INSCRIRE

1

Pré-inscrivez-vous en remplissant la demande de devis sur le site de l'Arcade ou en nous contactant par téléphone ou mél.

2

Nous vous envoyons le devis, le programme et un bulletin d'inscription.

3

Votre inscription et le financement confirmés, vous recevez par mél une convocation avant l'entrée en formation.

- Afin de s'assurer de l'adéquation entre votre projet et la formation choisie, un entretien préalable avec le service formation vous est proposé.

FINANCEMENT DES FORMATIONS

La formation professionnelle continue est un droit pour tous. Le service formation de l'Arcade peut à tout moment vous renseigner, vous orienter et vous conseiller sur le financement de votre formation.

**CHAQUE SITUATION EST PARTICULIÈRE,
CONTACTEZ-NOUS ! 04 42 21 78 64
formation@arcade-paca.com**

• VOUS ÊTES SALARIÉ(E) EN CDD OU EN CDI / VOUS ÊTES EMPLOYEUR

Plusieurs possibilités s'offrent à vous :

- Le plan de formation de l'entreprise
- La période de professionnalisation
- Le Compte Personnel de Formation (CPF) www.moncompteformation.gov.fr
- Le Congé individuel de formation (CIF)

Rapprochez-vous de votre employeur et/ou de votre OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé) : Afdas, Uniformation, Agefos...

• VOUS ÊTES INTERMITTENT(E) DU SPECTACLE

Il existe un plan de formation pour les intermittents du spectacle, géré par l'Afdas (Fonds d'assurance formation des secteurs de la culture, de la communication, des médias et des loisirs). Contactez-les pour connaître vos droits aux différents dispositifs : www.afdas.com/intermittents

• VOUS ÊTES ARTISTE AUTEUR, contactez l'Afdas : www.afdas.com/auteurs

• VOUS ÊTES AGENT DE LA FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE

Les parcours de formation sont gérés par la collectivité qui vous emploie. Rapprochez-vous de votre chef de service, du responsable de formation ou encore de la direction des ressources humaines.

• VOUS ÊTES TRAVAILLEUR INDÉPENDANT, AUTO-ENTREPRENEUR

Renseignez-vous auprès de l'Urssaf pour connaître le fonds de formation que vous pouvez solliciter : FIF PL, FAFIEC ou Agefice...

• VOUS ÊTES DEMANDEUR D'EMPLOI INSCRIT AU PÔLE EMPLOI

Plusieurs possibilités existent :

- L'Action de Formation Conventionnée (AFC)
- L'Aide Individuelle à la Formation (AIF)
- Le Compte Personnel de Formation (CPF) www.moncompteformation.gov.fr
- Le Congé individuel de formation (CIF) - Demandeurs d'emploi
- Les aides à la formation avant l'embauche : Préparation Opérationnelle à l'Emploi Individuelle (POEI) ; Action de Formation Préalable au Recrutement (AFPR),
- Le contrat de professionnalisation

Contactez votre conseiller Pôle Emploi en passant par votre espace personnel.

• INSCRIPTION À TITRE INDIVIDUEL,

Les frais pédagogiques peuvent faire l'objet d'un règlement échelonné.

• VOUS PENSEZ NE POUVOIR BÉNÉFICIER D'AUCUNE PRISE EN CHARGE DE VOTRE FORMATION

Contactez-nous, nous nous efforcerons de trouver une solution adaptée à votre situation.

Plus d'infos : www.arcade.com/financements

TARIFS DES FORMATIONS

1 jour
280 euros TTC

2 jours
560 euros TTC

3 jours
840 euros TTC

4 jours
1 120 euros TTC

5 jours
1 400 euros TTC

6 jours
1 680 euros TTC

Les tarifs peuvent varier selon les parcours de formation choisis : nous consulter.

PARTENAIRES PÉDAGOGIQUES



IESA
www.iesa.fr/formation/lyon



IUP AIC
www.iupaic.univ-cezanne.fr



INFA, INSTITUT NATIONAL DE
FORMATION ET D'APPLICATION
www.infa-formation.com



ISTS, INSTITUT SUPÉRIEUR DES
TECHNIQUES DU SPECTACLE
www.ists-avignon.com



LES TÊTES DE L'ART
www.lestetesdelart.fr

LIEUX DE FORMATIONS

À AIX-EN-PROVENCE

- **ARCADE**

6 place Barthélémy Niollon, 13100 Aix-en-Provence
04 42 21 78 00

www.arcade-paca.com

- à 10 min à pied de la gare SNCF Centre ville
- à 30 min de la gare Aix-TGV via navette
- à 10 min à pied de la gare routière

À MARSEILLE

- **IMMS**, en partenariat avec l'ERAC

Institut Méditerranéen des Métiers du Spectacle / Friche Belle de Mai
41 rue Jobin, 13003 Marseille
04 88 60 11 75

www.lafriche.org/fr/les-lieux/l-imms

- Bus n°52, arrêt La Friche
- Station de vélo n° 2321

- **INFA**,

Institut National de Formation et d'Application
Impasse Paradou, Parc Marseille Sud Valad, 13009 Marseille
04 91 32 84 90

www.infa-formation.com

- bus n°44 et n°23, arrêt Roy d'Espagne

À NICE

- **ESPACE MAGNAN**

31 rue Louis de Coppet, 06000 NICE
04 93 86 28 75

www.espacemagnan.com

- bus n° 3, 9, 10, 12, 22, 23, T60, T61, arrêt Rosa Bonheur/Promenade

À ARLES

- **IUP-AIC**

Institut Universitaire Professionnalisé en Administration des Institutions Culturelles (AMU)
Espace Van Gogh, Place Félix Rey, 13200 ARLES
04 90 49 35 93

www.iupaic.univ-cezanne.fr

- à 20 min à pied de la gare SNCF d'Arles

L'ARCADE ET LES PROFESSIONNELS DE LA CULTURE

L'Arcade a pour principale mission d'accompagner la filière des arts du spectacle en Provence-Alpes-Côte d'Azur dans sa structuration et son développement. Elle met ainsi à disposition des institutions publiques et des opérateurs culturels un certain nombre de ressources et de services.

- **Information** : portail des ressources des arts du spectacle en région, lettres d'information, fonds documentaire, base de données, atlas culturel, agenda des manifestations des opérateurs culturels en région...
- **Observation et expertise** : production d'indicateurs sur l'emploi culturel en région, les financements publics de la culture et l'activité de production et de diffusion ; expertise sur le secteur auprès des institutions et des groupements professionnels...
- **Formation des professionnels** : programme de formation professionnelle au management des entreprises et à la production des projets culturels...
- **Conseil et développement des filières artistiques sur le territoire** : conseil aux porteurs de projets, organisation de rencontres professionnelles, animation de réunions de concertations régionales, opérations de promotion et de valorisation des artistes et opérateurs culturels...

BERNARD MAAREK, Directeur
NOÉMIE BEHR, Déléguee générale
JOËLLE CLOUTÉ, Chargée d'administration
ELISABETH BEURIER, Assistante de direction
et accueil des publics
ANAÏS LE FLOCH, Chargée de communication
arcade@arcade-paca.com
04 42 21 78 00

CENTRE D'INFORMATION ET DE DOCUMENTATION

JEAN-LOUIS BATTISTETTI, Responsable
LAURENCE CHARRIER, Chargée des bases de données
LINDA TALI, Assistante
JASON COTREBIL, Agent de saisie
cid@arcade-paca.com

OBSERVATOIRE

MAGALI BLAIN, Responsable
SANDRA COURTIAL, Assistante d'études
observatoire@arcade-paca.com

SERVICE FORMATION

FANY LATARGEZ, Responsable
CAROLINE BONHEUR, Responsable adjointe
ANAÏS ENON, Responsable de formation
DIANKIMBA DIABY, Secrétaire administrative
formation@arcade-paca.com

SERVICE EMPLOI-ENTREPRISE

EMMANUELLE QUEYROU, Responsable
ISABELLE CAMUS, Assistante
entreprise-emploi@arcade-paca.com

CONSEIL ET DÉVELOPPEMENT

GILLES PAGÈS, Responsable
SYLVIE PUJOL, Assistante
AMANDINE ANDRIANTSIMAHAVANDY, Assistante
prma@arcade-paca.com

SERVICE INFORMATIQUE

EMMANUEL BROST, Responsable
NISSAR MOHAMMED-ALI, Administrateur réseaux
NICOLAS RICHAUD, Assistant de programmation

SERVICES GÉNÉRAUX

EMMANUEL BAC, Agent de maintenance
NAJAT MECHIOUKI, Agent d'entretien



Contacts service formation

formation@arcade-paca.com

Responsable

Fany Latargez

04 42 21 78 53

f.latargez@arcade-paca.com

Responsable adjointe

Caroline Bonheur

04 42 21 78 62

c.bonheur@arcade-paca.com

Responsable de formation

Anaïs Enon

04 42 21 78 16

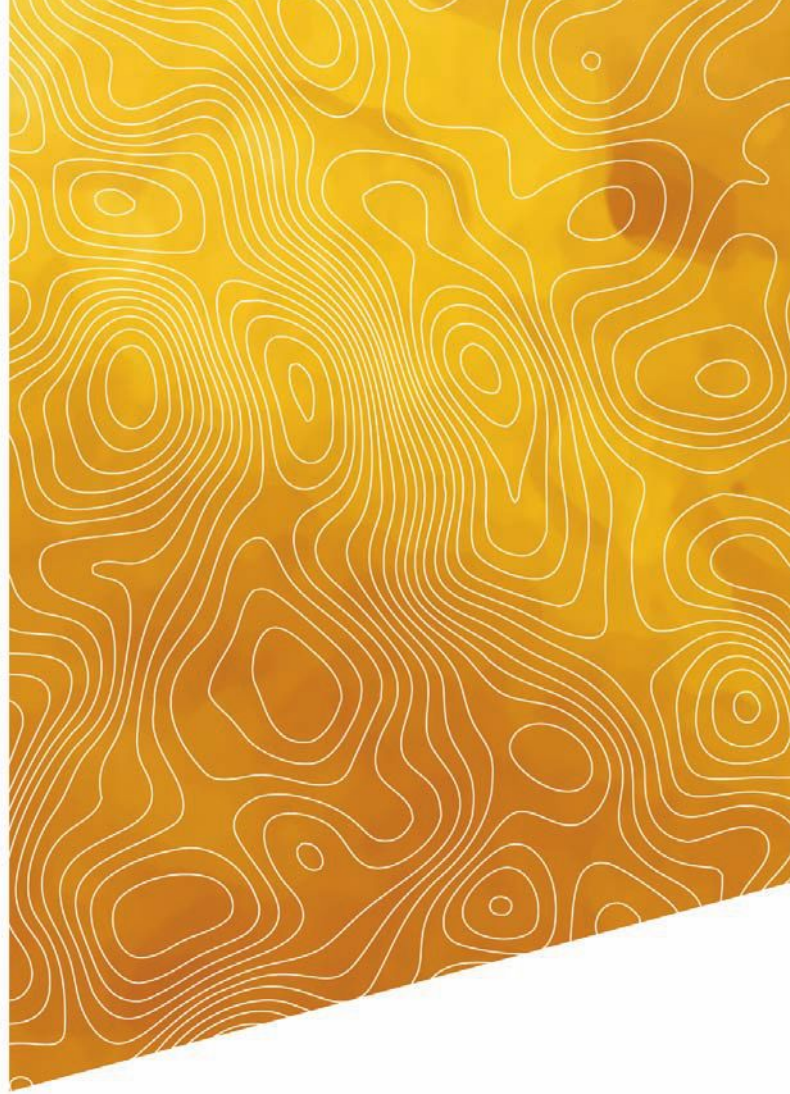
a.enon@arcade-paca.com

Secrétaire administrative

Diankimba Diaby

04 42 21 78 64

formation@arcade-paca.com



www.arcade-paca.com

ARCADE

6 place Barthélémy Niillon • CS 30759
13617 Aix-en-Provence cedex 1 • France
Tél. 0033(0)4 42 21 78 00 • Fax 0033(0)4 42 21 78 01
arcade@arcade-paca.com • www.arcade-paca.com

Code APE : 9499Z
N° Siret : 305 350 795 00046
Déclaration enregistrée sous le numéro : 93130934313
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur

