

## DEVELOPPER SON PROJET ARTISTIQUE DANS LE SPECTACLE-VIVANT (DPA-SV)

Vous transmettre les principales compétences entrepreneuriales dans le domaine du spectacle vivant pour développer votre projet. Vous accompagner pour situer votre production dans sa filière et son marché. Appliquer les cadres juridiques, sociaux, éditoriaux et fiscaux de votre secteur. Identifier vos partenaires de production et mettre en œuvre votre diffusion auprès des divers acheteurs. Organiser votre stratégie de communication avec ses principaux outils.

La formation est pluridisciplinaire, votre projet se développe dans un contexte d'enrichissement et d'échange entre les diverses pratiques des participants : Notamment cirque, danse, théâtre, arts de la rue et théâtre d'objet.

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

#### A l'issue de la formation le stagiaire sera capable :

- Appréhender les diverses esthétiques du spectacle vivant.
- Comprendre le pilotage d'un projet à partir de techniques de marketing stratégique et opérationnel.
- Comprendre l'organisation du secteur du spectacle vivant en France.
- Choisir le mode de structuration de son activité.
- Identifier le cadre juridique, social et éditorial du spectacle vivant
- Identifier les acteurs publics culturels partenaires potentiels d'un projet.
- Gérer son processus de production et de diffusion.
- Connaître les grandes étapes de la mise en œuvre d'une stratégie de communication avec les outils appropriés.

#### Aura acquis les compétences professionnelles suivante :

- Analyser le positionnement esthétique d'un projet.
- Appliquer les techniques du marketing culturel à un projet
- Situer un projet dans le fonctionnement du spectacle en France.
- Appliquer ou faire appliquer les cadres juridiques, sociaux, fiscaux et éditoriaux à un projet.
- Appliquer les différents points de comparaison de création et de gestion d'entreprise, notamment dans ses aspects patrimoniaux.
- Prendre les décisions utiles au vu de la situation de l'entreprise ou du projet dans l'économie globale du spectacle.
- Repérer les dispositifs de financement publics ou privés, les analyser et les appliquer à un projet.
- Construire ses outils de budget de projet.
- Identifier et impliquer ses partenaires de production, planifier les phases.
- Engager son processus de diffusion, méthodologie, outils au regard des diverses logiques des acheteurs.
- Construire ou faire construire les principaux outils de communication d'un projet.

## PUBLIC

La formation s'adresse à des porteurs de projet culturel ou artistique dans le secteur du spectacle vivant, ou à des artistes souhaitant développer leur activité. Une expérience avérée dans le spectacle vivant est obligatoire pour accéder à la formation. Cette expérience peut être de nature artistique ou se situer dans le domaine de l'organisation générale d'un projet, selon les profils. Une complète disponibilité est souhaitable pour participer sereinement à la formation.

**Effectif :** limité à **14 places** par session dont 10 rémunérées.

**Financement :** les frais pédagogiques sont pris en charge par la région Occitanie Pyrénées-Méditerranée.

## MODALITES PEDAGOGIQUES

### 1. Durée et lieu

La formation se déroulera au 108 Route d'Espagne - Bâtiment Anadyr - 31100 TOULOUSE du **1 mars 2021 au 18 juin 2021** pour un total de **490 heures**, dont 70h de stage.

Pour toutes nos formations, nous prenons en compte les situations de handicap et les besoins en compensation avec l'appui de notre référente handicap. En outre, nos sites sont accessibles aux personnes à mobilité réduite.

### 2. Organisation pédagogique

La formation s'organise autour d'une réflexion sur la « mise en marché de l'activité » (marketing) permettant d'articuler les diverses situations spécifiques du spectacle vivant : production, diffusion, administration, communication. Cette réflexion doit aboutir à la prise de décisions et à l'élaboration des outils nécessaires.

Démarche participative fondée sur :

- Des apports théoriques visant à une compréhension des concepts et permettant une réflexion collective et individuelle des participants.
- L'échange à partir des représentations des participants.
- L'analyse et le retour sur les pratiques professionnelles à partir des situations vécues.
- Des ateliers tutorés permettant la mise en œuvre du projet ponctuent chaque module.
- Des entretiens individuels de suivi du projet.

Un stage d'une semaine (35h) et des temps d'enquêtes professionnelle (35h) vous confronteront aux réalités et nourriront vos choix de mise en marché.

### 3. Contenu

#### **Module 1 : Identité artistique du projet**

État des lieux et définition des projets. Présenter sa production passée et actuelle ou le projet à mettre en œuvre au cours de la formation. Déterminer les orientations esthétiques du projet, bases de sa situation dans ses filières et de son économie.

#### **Module 2 : Marketing culturel**

Audit des activités, constats, hypothèses de production. Etude du marché correspondant aux hypothèses de production. Choix stratégiques de développement et positionnement de l'activité. Prise de décisions en matière de production, de diffusion et de communication. Plan d'action.

#### **Module 3 : Organisation professionnelle et institutionnelle spectacle vivant**

Notion de politiques publiques en matière de culture. Présentation des collectivités intervenant dans les programmes culturels : Etat, Région, Département, Commune, Europe. Les autres échelons de l'aménagement du territoire et les structures para institutionnelles. Les organismes privés intervenant, ayant ou non une mission de service public. Lieux de diffusion, réseaux, organismes professionnels, ressources : état des lieux. La place des projets des stagiaires dans cet environnement.

#### **Module 4 : Economie du spectacle vivant**

Schéma global du spectacle vivant. Comment l'entreprise du spectacle s'inscrit dans ses réseaux de création et de diffusion.

#### **Module 5 : Cadre juridique et social du spectacle vivant**

L'environnement légal, réglementaire des entreprises du spectacle, les licences du spectacle. Les différents liens des acteurs du secteur (interprètes, auteurs, agents, éditeurs entrepreneurs ...) et les contrats commerciaux qui régissent ces liens. Le régime de l'intermittence.

#### **Module 6 : Logiques éditoriales et droit d'auteur du spectacle vivant**

Le droit de la propriété intellectuelle : le droit moral, le droit patrimonial, les principes de protection des œuvres, les sociétés de perception des droits d'auteur. Les spécificités du secteur du spectacle vivant et enregistré, le rôle des SPRD.

#### **Module 7 : Quelle structure pour entreprendre ?**

Si l'association reste encore la principale structure utilisée pour la création d'une activité d'autres possibilités s'offrent aujourd'hui, de l'entreprise lucrative classique aux nouvelles formes d'entreprenariat coopératif. Création, fonctionnement, comparaison. Critères de choix en fonction de la situation du stagiaire, de ses objectifs patrimoniaux, des usages du secteur, des possibilités juridiques ou réglementaires.

#### **Module 8 : Logiques de production du spectacle vivant**

A partir de la parole artistique, il s'agira de déterminer les stratégies, les modalités de mises en œuvre et le bon développement du projet de spectacle : finaliser l'équipe artistique, trouver un rythme adéquat de création, définir les partenaires pertinents, mettre en place un rétro-planning, appréhender une méthodologie et des outils propres à mener à bien les différentes étapes de création, afin d'assurer ainsi les meilleures conditions possibles de réalisation. Rédaction d'un dossier de production.

#### **Module 9 : Construire un budget de projet**

Il s'agira de retranscrire de manière chiffrée la parole artistique et les stratégies de production qui y sont liées. Cela permettra de s'assurer de la faisabilité budgétaire du projet et d'affirmer les logiques de production préalablement définies. Seront étudiés le détail des charges et produits d'un budget (les différents postes et leur spécificité, leur méthode de calcul...). Détermination des différents outils à mettre en œuvre, introduction à des notions de comptabilité et de gestion, et élaboration d'un budget prévisionnel.

#### **Module 10 : Diffuser un spectacle vivant**

La diffusion (théâtre et assimilé) : L'action de diffusion au sein d'une compagnie, conditions, organisation, planification. Les divers groupes d'acheteurs et leurs logiques : les acheteurs tout

publics et les programmeurs. Les outils, base de données, dossier. Les divers types de démarches. L'accueil des programmeurs.

### **Module 11 : Concevoir sa communication**

Approche générale des stratégies et outils de communication en lien avec la démarche marketing. Adaptation des outils à chaque participant en fonction de la stratégie de communication voulue. Présentation des outils du print (charte graphique, logo, codes couleurs, typo, modes de mise en page, travail avec l'imprimeur, relation de travail avec un professionnel). Présentation des outils web : site, réseaux sociaux, réseaux sociaux spécifiques au spectacle, culture et outils du web, travail sur l'identité numérique de chaque stagiaire.

### **Module 12 : Communiquer avec la presse**

La place et l'importance des « relations presse » dans une stratégie de communication. Les règles et outils de base d'une bonne communication avec la presse. Atelier radio de mise en situation.

### **Module 13 : Ateliers d'assistance technique**

Accompagner le développement des projets professionnels des participants par une approche individualisée. Cibler les professionnels et les entreprises pour les enquêtes professionnelles et les périodes de stage en entreprise. Assistance pour l'avancement de chaque projet. Aide au montage des dossiers. Individualisation des notions.

### **Stage obligatoire de 35 heures et enquêtes professionnelles**

Le stage doit se dérouler au sein d'une structure du spectacle vivant. Les enquêtes professionnelles se font sous le contrôle du formateur référent.

## **PROCEDURES DE POSITIONNEMENT A L'ENTREE**

### **1. Accès à la formation**

Pour présenter sa candidature, il faut satisfaire aux conditions générales permettant de bénéficier d'une formation dans le cadre du plan régional de formation de la région Occitanie Pyrénées Méditerranée. Il s'agit d'une action de niveau IV. Elle s'adresse aux demandeurs d'emploi, sans distinction d'âge, inscrits à Pôle Emploi et domiciliés en région Occitanie Pyrénées-Méditerranée. Les candidats ne doivent pas sortir d'une formation initiale depuis moins d'un an.

La candidature doit être accompagnée d'une prescription de Pôle Emploi ou d'un autre prescripteur agréé (Cap Emploi, Mission locale ...)

Un rendez-vous avec le responsable pédagogique permet de préciser les motivations du candidat, de vérifier les prérequis et de poser les bases d'une individualisation du parcours.

### **2. Individualisation des parcours**

Les besoins d'individualisation sont évoqués lors de la phase de candidature. Avant l'entrée en stage le stagiaire signe un contrat où sont posés les besoins spécifiques. Chaque formateur est informé des parcours spécifiques contractualisés et en organise la prise en charge en fonction des contraintes de son module.

## **OUTILS ET MOYENS PEDAGOGIQUES**

### **1- Contenus et ressources**

Chaque stagiaire trouvera sur la plateforme de formation des contenus de formation et des ressources, mis à disposition par chaque formateur.

## 2- Le centre de ressources de l'UCRM

Le centre de ressource de l'UCRM se trouve, pour sa partie généraliste (recherche d'emploi, etc.) au 15 Chemin de la Fronde 31100 Toulouse. Les ressources spécifiques « culture » se trouvent au 108 Route d'Espagne 31100 Toulouse. Plus de 300 ouvrages spécialisés et 8 périodiques dont une partie au format numérique : base de données des festivals et des lieux de diffusion, base de données des contrats du spectacle (Origine : La Scène), base de données de contact de la presse culturelle (en ligne) et base de données juridique (en ligne).

## **ENCADREMENT ET MOYENS TECHNIQUES**

### 1- Equipe pédagogique

Le responsable pédagogique de cette formation est **Pascal CABERO**, coordonnateur de l'Unité Culture. L'équipe pédagogique est composée de professionnels de la culture, reconnus pour leur connaissance du terrain et leur expérience de formateur, notamment :

**Jérôme DHAUYRE : Référent de l'action** - Musicien, comédien, spécialiste du marketing de la culture, accompagne les groupes de formation de l'Unité culture depuis 5 ans.

**Claire DABOS** : Formatrice et Administratrice de production – Freddy Morezon. Chargée de production Musiques Actuelles.

**Marc TISON** : Formateur et consultant à l'Unité Culture. A été notamment manager d'artistes, directeur du Grand Mix (Tourcoing) et du Bolegason (Castres).

**Olivier LELIEGE** : Formateur et Administrateur de Production Théâtre Le Hangar

**Pascal CABERO** : Formateur et conseiller à l'Unité Culture. Ancien musicien professionnel, auteur, écrivain, il intervient dans le domaine du droit d'auteur et de l'environnement juridique et social du spectacle vivant.

**François BLOQUE** : consultant / formateur, métiers de la musique & du digital spectacle vivant, musique enregistrée & marketing.

**Jade BESSE** : Formatrice, Chargée de communication digitale et de production – Ovastand

**Nicolas Favier** : Formateur, Attaché de presse – La centrifugeuse.

**Yohan BRET** : Formateur, Administrateur compagnie L'An 01, Auteur, Dramaturge.

### 2- Moyens techniques

Trois salles de formations et deux bureaux sont mis à disposition des formateurs et des stagiaires selon le type de séquence. Les salles sont équipées d'un vidéoprojecteur.

## **MODALITES DE SUIVI ET D'EVALUATION**

### 1. Assiduité (feuille d'émargement par demi-journée + formateur)

La présence est obligatoire. Elle est contrôlée lors de chaque début de séance par le formateur qui enregistre l'état des présents et les transmet au responsable de la formation.

### 2. Evaluation des acquis de formation et validation du cursus

Le contrôle des acquis est réalisé auprès des participants tout au long de la formation. A l'issue des modules chaque stagiaire doit réaliser le document demandé (dossier de production, de diffusion, de presse ...). A la fin de la formation chaque stagiaire est évalué par l'équipe pédagogique. Lors du dernier regroupement chaque stagiaire évalue son parcours.

Un suivi est réalisé dans un délais de 6 mois pour évaluer la mise en œuvre du projet. Une attestation de formation professionnelle est délivrée aux participants ayant suivi l'intégralité de la formation.

## DELAI D'ACCES

A titre indicatif, une semaine au plus tard avant le début de la formation.

## CONTACT

Renseignements concernant les démarches administratives et rendez-vous formateurs au 05 61 43 46 22 ou : [j.dhauyre@ucrm.fr](mailto:j.dhauyre@ucrm.fr)



Actualisé le 10 novembre 2020

### Siège

 28 rue de l'Aiguette, 31100 Toulouse  
 05 62 14 95 00  05 62 14 95 95  
 @accueil@ucrm.fr

Code APE 9499Z / Siret n° 481 629 665 00011  
Déclaration d'activité enregistrée sous le n°73 31 08114 auprès du Préfet de la région Occitanie

RETROUVEZ-NOUS SUR [UCRM.FR](http://UCRM.FR)