

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

**Formation en présentiel à Toulouse
490 heures (dont 70 heures de stage)**

du 27 février 2023 au 14 juin 2023

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 participant-es, notamment musique, cirque, danse, théâtre, arts de la rue et théâtre d'objet.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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 permet d'aboutir à la prise de décisions et à l'élaboration des outils nécessaires.

Démarche participative et multimodale fondée sur :

- Des apports théoriques visant à une compréhension des concepts et permettant une réflexion collective et individuelle des participants sur la production, la diffusion, la communication.
- L'échange à partir des représentations des participants.
- L'analyse et le retour sur les pratiques professionnelles à partir des situations vécues.
- La détermination du périmètre juridique de l'activité –
Des ateliers tutorés permettant la mise en œuvre du projet ponctuent chaque module.
- Des entretiens individuels de suivi du projet.
- Une approche digitale des techniques de recherche d'emploi
- Une sensibilisation aux enjeux du développement durable dans le secteur du Spectacle Vivant
- Une plateforme MOODLE dédiée à la formation permettant une interaction privilégiée avec l'équipe pédagogique.

Une connexion directe à l'emploi (enquêtes professionnelle et stage, d'une durée de 70 heures) permettra de se confronter aux réalités et nourriront les choix de mise en marché.

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

- 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 ;
- Sensibiliser sa production et sa diffusion au Développement Durable ;
- Présenter son projet devant un jury professionnel.

Aura acquis les compétences professionnelles suivantes :

- 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

Les candidat·es devront justifier d'une expérience significative dans leur domaine artistique, et avoir une production d'œuvres originales à développer pour le Spectacle Vivant.

Capacités rédactionnelles.

Maîtrise des outils numériques.

Une complète disponibilité est souhaitable pour participer sereinement à la formation.

Effectif : limité à **15 places** par session

(à préciser à réception du bon de commande de la région Occitanie/Pyrénées-Méditerranée)

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 : **27 février 2023 au 14 juin 2023** pour un total de **490 heures**, dont 70h de stage.

Période de stage du : **03 avril au 14 avril 2023**.

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 participant·es.
- L'échange à partir des représentations des participant·es.
- 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 et Economie du spectacle vivant

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.

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

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 du 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. Trouver la place des projets des stagiaires dans cet environnement.

Module 4 : Cadre juridique et social du spectacle vivant

L'environnement légal, réglementaire des entreprises du spectacle. Entrepreneurs professionnels/occasionnels. 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 5 : 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. Les contrats de cession de droits éditoriaux, cession de droits de distribution, cession de droits de reproduction.

Module 6 : Logiques de production du spectacle vivant et budget de production

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 rétroplanning, 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.

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 7 : 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 programmeur·rices. Les outils, base de données, dossier. Les divers types de démarches. L'accueil des programmeurs.

Le booking (Musiques actuelles) : L'EPK, les stratégies numériques, les retro planning, le réseau.

Module 8 : Concevoir sa communication et Communiquer avec la presse

Approche globale des stratégies et outils de communication en lien avec la démarche marketing. Adaptation des outils à chaque participant·e 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.

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.

Module 9 : Ateliers d'assistance technique

Accompagner le développement des projets professionnels des participant·es par une approche individualisée. Cibler les professionnel·les 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.

Module 10 : Développement durable et spectacle vivant

Conscientiser sa démarche sur les enjeux environnementaux et de parité (éco-exemplarité des événements, sensibilisation à la lutte contre le gaspillage et le réemploi)

Grâce à des outils collaboratifs, des échanges de pratiques, et à des ressources numériques dédiées, les participant·es sont amené·es à mettre en œuvre au sein de l'activité la prise en compte des enjeux climatiques et sociaux.

Intégrer dans le développement de son projet les conditions de prise en compte du développement durable

Module 11 : Jurys professionnels

Donner un dernier regard sur le travail produit par les participant·es tout au long de la formation, leur projet, les outils produits, ceci par l'organisation d'un jury final composé de formateur·rices et de professionnel·les.

Mettre en situation le stagiaire de défendre son projet de manière formelle et préfigurer ainsi des situations professionnelles de recherches de partenaires.

Chaque stagiaire présente le résultat de son cursus à partir des dossiers qu'il a réalisé pendant la formation : production, budget, diffusion, presse. La séance est publique ; il·elle fait face au jury et peut utiliser tout type d'outils de son choix : powerpoint, installation sonore ou plastique.

Module 12 : 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 de la responsable pédagogique.



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 4. Elle s'adresse aux demandeur·ses d'emploi, sans distinction d'âge, inscrit·es à Pôle Emploi.

Les candidat·es 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 entretien avec la 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·rice est informé·e 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·rice.

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

La responsable pédagogique de cette formation est **Agnès BONNET**, coordonnatrice de l'Unité Culture.

L'équipe pédagogique est composée de professionnel·les de la culture, reconnu·es pour leur connaissance du terrain et leur expérience de formateur·rice, notamment :

Charline ALEXANDRE : Chargée de diffusion & développement d'actions culturelles au sein de compagnies théâtrales toulousaines

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

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

Pascal CABERO : Formateur et précédemment coordonnateur 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.

Nicolas FAVIER : Formateur, Attaché de presse – La centrifugeuse.

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

Jérôme DHAUYRE : Conseiller à l'Unité Culture. Musicien et comédien. Diplômé de l'Ecole supérieure de commerce de Toulouse (IEDN), Jérôme a été responsable commercial pendant près de 20 ans. Il intervient sur le management.

Olivier LELIEGE : Formateur et Administrateur de Production Théâtre Le Hangar

Marc TISON : Formateur, Marc a été notamment producteur d'artistes, il a dirigé des équipements culturels (SMAC) et il intervient en conseil auprès de projets culturels et d'artistes.

2- Moyens techniques

Trois salles de formations et deux bureaux sont mis à disposition des formateur·rices 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·ice)

La présence est obligatoire. Elle est contrôlée lors de chaque début de séance par le·la formateur·ice 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 participant·es 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 délai de 6 mois pour évaluer la mise en œuvre du projet. Une attestation de formation professionnelle est délivrée aux participant·es 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 auprès d' :

- Annette Niagne au 05 61 43 23 03 - a.niagne@ucrm.fr

Et concernant le programme de la formation auprès d' :

- Agnès Bonnet - a.bonnet@ucrm.fr