



FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

LA DIFFUSION : PROMOUVOIR UN TRAVAIL ARTISTIQUE ET METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

POSITIONNEMENT, METHODOLOGIE ET OUTILS

Par Marion GAUVENT, chargée de développement indépendante et agent au sein de A propic/creative agency for the performing arts

Objectifs de la formation

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- cerner et affiner les contours, les enjeux et les conditions de leur mission de diffusion
- analyser le projet de spectacle et le projet de la compagnie sur le plan de la diffusion leur permettant d'en dégager une stratégie de développement adéquat
- se positionner dans la temporalité longue du développement artistique et de la production, en lien avec l'artiste et les autres collaborateurs de la compagnie
- analyser le secteur professionnel dans lequel ils s'inscrivent
- cibler les programmeurs en accord avec la stratégie de développement
- développer un réseau adapté et pertinent, l'animer et l'alimenter
- trouver la bonne posture dans le dialogue avec un programmeur
- avoir les bons réflexes pour définir leur temporalité et priorités de travail
- avoir une vision globale des outils à mettre en place et à maîtriser pour mener à bien la promotion, la négociation et la vente d'un spectacle.

Profils concernés et pré-requis

Salarié.e.s dans le spectacle vivant en charge de la diffusion, de la communication, de la production ou de l'administration, désireux d'apprendre le métier de chargé.e de diffusion ou d'étendre ses compétences pour mieux assurer ses fonctions.

Programme

JOUR 1

Positionnement au sein de sa structure / de son équipe

- diffusion, développement, promotion / agent, chargé de diffusion, chargé de développement : questionner son rôle pour mieux affirmer sa position
- cerner et affiner sa mission en lien avec les collaborateurs : attentes, répartition des tâches, intégration de la mission de diffusion dans le projet de compagnie.

Définir une stratégie de développement en relation étroite avec le projet de la compagnie pour une diffusion effective

- définir une stratégie de diffusion en lien avec les enjeux et les axes de développement avec la compagnie en termes artistique, économique, de territoire, de structuration...
- établir cette stratégie selon les différentes temporalités - temps court, moyen et long - et enjeux - objectifs rêvés et réalistes
- se positionner dans l'écosystème général de diffusion du spectacle vivant, artistique, politique, économique
- anticiper les écueils de production sur la diffusion : contraintes techniques et logistiques, conditions d'accueil, équipe en tournée...

Mettre en œuvre la stratégie de développement : développer un réseau et nourrir les relations aux professionnels de la programmation

- identifier les partenaires potentiels, les réseaux adéquats, les plateformes intéressantes pour la mise en œuvre de la stratégie
- travailler le réseau: les lieux de la rencontre, la prospection, l'importance de la prescription et de la veille
- entretenir et nourrir les relations en s'inscrivant dans le temps long
- identifier les aides à la diffusion et les intégrer au plan de diffusion
- gérer son temps et ses priorités: préparer et évaluer, établir son rétro planning, effectuer son suivi...

JOUR 2

Positionnement auprès des programmeurs

- déconstruire les a priori en questionnant la réalité des métiers de programmation : entretien avec un responsable de programmation (sous-réserve)
- trouver son positionnement dans la relation aux programmeurs
- définir son discours et l'adapter selon les modalités de communication et les temps de rencontres.

Diffuser, communiquer : les outils de la promotion

- construire un fichier adapté, l'alimenter et le mettre à jour
- sur quels outils de communication s'appuyer, dans quels supports investir selon sa stratégie de diffusion ?

Le parcours de négociation : les outils essentiels

- définir ses coût plateau, prix de vente, prix coproducteur, prix minimum
- établir une fiche financière complète
- établir un devis complet et une fiche d'information, incluant les points de vigilance (transferts, droits d'auteur, planning...)
- quelle marge de négociation dans le dialogue avec le lieu (fiche technique, conditions d'accueil, prix de vente...)

Informations pratiques

La formation se déroulera sur 2 jours de 09h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30.

En fonction du nombre d'inscrits elle aura lieu dans les locaux de Filage : 7b rue de Trévise à Lille, ou dans une structure culturelle lilloise (à déterminer).

Modalité de suivi : feuille de présence signée par demi-journée

Modalités pédagogiques : exposés théoriques, partage d'outils, mise en situation, exercices pratiques, partage d'expériences et d'exemples.

Modalité d'évaluation : exercices pratiques tout au long de la formation

Taille du groupe : entre 3 et 10 personnes

Sanction : attestation de stage délivrée à l'issue de la formation

Coût de la formation :

440 € HT + 88 € (TVA 20%) = 528 € TTC

PRISE EN CHARGE – FINANCEMENT

Si vous êtes salarié permanent (CDI ou CDD) d'une entreprise du secteur spectacle vivant :
informez votre employeur et prenez contact avec l'AFDAS www.afdas.com

Si vous êtes salarié permanent (CDI ou CDD) dans le secteur de l'animation ou de l'économie sociale et solidaire :
informez votre employeur et prenez contact avec UNIFORMATION – www.uniformation.fr

Si vous êtes intermittent du spectacle :
prenez contact avec l'AFDAS - www.afdas.com

Si vous êtes à la recherche d'un emploi (hors intermittents) :
votre conseiller POLE EMPLOI étudiera avec vous les possibilités de prise en charge de votre formation

Si vous travaillez en collectivité territoriale :
prenez contact avec votre conseiller ressources humaines en charge du plan de formation de la collectivité.

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

Anne-Sophie MELLIN - 03 20 47 81 72 – formation@filage.fr

FILAGE – 7b rue de Trévis, Lille (59) – N° de déclaration d'activité: 31.59.05993.59 – Siret : 449 038 330 000 55 – APE:9001Z

RETROUVEZ L'ENSEMBLE DU PROGRAMME DES FORMATIONS SUR WWW.FILAGE.FR