



FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

DYNAMISER LE DEVELOPPEMENT DES PUBLICS Une boîte à outils au service du projet artistique

Par Vincent JEAN, conseiller artistique, chargé puis directeur des relations aux publics dans plusieurs scènes nationales et conventionnées (Tandem à Arras / Douai, Le Vivat à Armentières, La Garance à Cavaillon).

Objectifs de la formation

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

- identifier et interroger les enjeux du projet artistique de la structure pour mieux cibler et accompagner les publics potentiels
- =traduire ces axes prioritaires en objectifs opérationnels (spécifiques, mesurables, ambitieux, réalisables, temporels), en tenant compte des moyens (budget, ressources humaines)
- =se positionner dans la temporalité (court, moyen, long terme) et dans les priorités du travail
- appréhender des leviers de développement adaptés et pertinents (nouveaux partenariats, réseaux, projets innovants...)
- avoir une vision globale des méthodologies collaboratives à privilégier pour partager ces priorités avec le reste de l'équipe
- réinterroger les pratiques professionnelles par l'échange entre pairs

Profils concernés et pré-requis

Toute personne travaillant ou s'intéressant à la question de l'adresse aux publics dans le spectacle vivant, désireuse de développer et renforcer ses compétences opérationnelles et stratégiques.

Programme

Jour 1 : IDENTIFIER LE METIER, CONNAÎTRE LES PUBLICS

- Approche sémantique du vocabulaire et des représentations au sein du métier : de qui et de quoi parle-t-on quand on utilise le terme « public » ?
- Contextualisation des enjeux du rapport au public au regard des mutations récentes (et en cours) de la société
- Approche typologique de l'adresse aux publics (par catégories de public, par vecteurs de relation, et par modalités d'action)
- Interroger les outils pour projeter, suivre et développer la composition des publics et la fréquentation du projet.
- Présentation de démarches d'enquête des publics et de diagnostics de territoire

Jour 2 : AJUSTER LA POLITIQUE DE MEDIATION AU PROJET ARTISTIQUE

- Considérer et assimiler le contexte global dans lequel positionner les actions d'accompagnement des publics (projet, organigramme, territoire, réseaux).
- Elaborer et mettre en œuvre une stratégie d'adresse au public au regard du projet artistique développé par la structure, de ses axes prioritaires, et de son histoire.
- Etudes de cas, récits d'expériences et exemples de bonnes pratiques.
- Contribuer au renouvellement des pratiques professionnelles et aux évolutions du métier : mettre en place une veille sectorielle prospective et développer des échanges entre pairs.

POSER DES OBJECTIFS REALISTES ET APPRECIER LES AVANCEES

- Enoncer des objectifs spécifiques précis, mesurables et reliés à des actions concrètes, au service d'une approche de l'évaluation qui met le quantitatif au service du qualitatif.
- Préparation de la rencontre professionnelle à venir et des questions à explorer collectivement.

Jour 3 (après-midi) : Interroger la place du lien aux publics au sein des structures culturelles et de la programmation : quels objectifs et enjeux partagés ?

RENCONTRE PROFESSIONNELLE

Par Vincent JEAN avec des interventions de quelques professionnels pour impulser les échanges autour de cette thématique

Programme :

- Quelles sont les spécificités transversales des métiers de la médiation et de l'accompagnement des publics ?
- Comment se traduisent-elles au quotidien en fonction de la programmation et du territoire ?
- Comment se partagent-elles avec le reste de l'équipe ?

Pot et Clôture.

Informations pratiques

La formation se déroulera sur 2 jours et demis

Jours 1 et 2 : de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30 / Jour 3 : de 14h 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 4 et 10 personnes

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

Coût de la formation :

660 € HT + 132 € (TVA 20%) = 792 € 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