



## ELABORER UN PROJET ARTISTIQUE ET CULTUREL DANS LE SECTEUR DE LA MUSIQUE

### *Former des professionnels compétents, autonomes, réflexifs, responsables*

#### ■ PUBLIC

Artistes souhaitant approfondir et/ou valider une expérience professionnelle, musiciens interprètes, entrepreneurs de spectacles, Chargé(e) de projet culturel, Chargé(e) d'accompagnement de projet.

#### ■ PRE REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pré requis

#### ■ ADMISSION

Admission sur dossier (projet professionnel) et après entretien individuel préalable afin de valider l'adéquation entre le projet professionnel et les objectifs de la formation.

#### ■ CONTACT

Claudine AMAT, responsable de formation téléphone 06 08 32 56 87 E-mail [formation@laclique-production.com](mailto:formation@laclique-production.com)  
Pour demande d'informations sur les financements et les modalités d'inscription

#### ■ ACCESSIBILITE PERSONNES A MOBILITE REDUITE

Les formations en inter établissements se déroulent au CMCI immeuble accueillant les Personnes à Mobilité Réduite PMR 2 rue Henri Barbusse 13001 Marseille.

#### ■ DUREE DE LA FORMATION MODALITES D'ORGANISATION ET HORAIRES

La formation d'une durée de 12 jours soit 84 heures, développera 15 unités de compétence (UC) nécessaires à la conception, l'administration, la promotion d'un spectacle et la mise en œuvre d'une action et médiation culturelle dans le domaine de la musique.

Modalités en présentiel : intra-entreprise 1 à 8 stagiaires ou inter-entreprises de 4 à 8 stagiaires

Horaires : 9 h-12h30 et 14h-17h30

#### ■ TARIF

Deux mille quatre-cents euros net de TVA

#### ■ METHODES – MOYENS PEDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques prennent ancrage sur l'interactivité, l'expérience et les ressources des participants. La formation animée sur le mode du développement des potentialités, doit agir sur plusieurs niveaux : la régulation, la cohésion du groupe, l'autonomisation, la confiance en soi et à autrui, la prise de recul des stagiaires. Le mode d'intervention du formateur passe par les outils de la communication : questionnement, feed-back, reformulation.

Les modalités techniques : un livret présentant l'ensemble des thèmes sera remis à chaque participant format papier et numérique. Les apports techniques du formateur seront étayés par des documents projetés en vidéo projection.

## ■ EVALUATION

→ Evaluation formative sous forme d'études de cas, exploitations de situations concrètes vécues par les participants dans leur pratique professionnelle, analyse de cas concrets, exercices d'auto diagnostic permettant aux stagiaires de déterminer des axes de progrès individuels et un plan d'actions de son projet

→ Evaluation individuelle « à chaud » du niveau de satisfaction, effectuée auprès des participants, le dernier jour de la formation sous forme d'entretiens de groupes et de questionnaires individuels remis aux participants.

→ Attestation d'assiduité

## ■ PROGRAMME DESCRIPTIF

### • CADRE LEGAL ET JURIDIQUE DU MUSICIEN

#### Objectifs

- Maitriser l'environnement professionnel légal et juridique de l'artiste musicien et du spectacle vivant
- Identifier les différents acteurs de la filière musicale et leurs interactions respectives.
- Acquérir les connaissances juridiques pour rédiger, lire, améliorer la rédaction des contrats du spectacle

#### Contenus

#### **UC 1 Le monde de la musique et organisation du secteur du spectacle vivant**

- Le rôle et le statut social et juridique des différents contractants
- Le producteur de spectacles vivants
- L'entrepreneur de tournées (tourneur)
- Le diffuseur de spectacles vivants
- Le promoteur local, l'agent artistique
- Les métiers : directeur production, chargé de production, assistant, artistes, techniciens, sécurité...

#### **UC 2 L'entrepreneur de spectacles une profession réglementée**

- L'ordonnance de 1945 et les réformes de 1999, et 2019
- La licence d'entrepreneur de spectacles obtention et renouvellement
- Les différentes catégories de licences
- La procédure d'attribution des licences depuis juillet 2019, décret application du 27 septembre 2019

#### **UC 3 Les contrats du spectacle vivant et leur logique juridique et fiscale**

- Les enjeux des contrats, cadre réglementaire, juridique, rédaction des contrats
- Contrat de cession ou droits d'exploitation (ou vente) à un organisateur par un producteur
- Contrat d'engagement d'un artiste (ou groupe) et un entrepreneur de spectacles
- Contrat de coréalisation, contrat de coproduction

#### **UC 4 Les missions des sociétés civiles et organismes professionnels**

- ADAMI,
- Spedidam,
- Centre National de la Musique, Fonds pour la création musicale

#### **UC 5 Les statuts des artistes et cadre juridique**

- Le choix d'un statut artistique: amateur, professionnel, auto entrepreneur, salariés...
- Les formes juridiques possibles : SARL, SCOP, SCIC, ASSOCIATION

- **ELABORATION DU PROJET ARTISTIQUE ET D'ACTION CULTURELLE ET DIFFUSION**

## **Objectifs**

S'approprier les outils concrets pour le montage, la gestion et la diffusion/vente d'un spectacle  
Identifier les lieux de diffusion pour la gestion et la diffusion/vente d'un spectacle  
Concevoir et animer une séance d'action culturelle et ou de médiation musicale

## **Contenus**

### **UC 6 L'émergence de l'intention artistique**

- Dialogue avec les créateurs et note d'intention
- Objectifs de la production et opportunités
- Projet artistique et singularité du parcours artistique
- Compréhension du contexte

### **UC 7 Diffusion de spectacles**

- Les missions des lieux de diffusion et de formation
  - Centres nationaux de création musicale
  - Scènes nationales, scènes conventionnées, scènes de musiques actuelles
  - Centre de Formation des enseignants de musique et de danse CEFEDM
  - Tri cohérent en fonction de la stratégie et de la période de programmation
- La stratégie de diffusion
  - Analyse du spectacle, l'argumentaire.
  - Sélection des contacts, organisation de son fichier, mise en place d'une action de prospection.
  - Inscription dans un territoire et territoire « non investis ».
  - Programmation dans des lieux emblématiques.
- La négociation et vente selon le concept d'Harvard
  - La confiance et acceptation réciproque

### **UC 8 Le cadre budgétaire pour la création d'un spectacle**

- Les types de budget
  - Budget de création
  - Budget de production
  - Budget d'exploitation
  - Budget réalisé
- La budgétisation
  - Frais fixes de fonctionnement de la structure (loyer, électricité, téléphone, personnel permanent...)
  - Frais variables : coûts liés à l'artiste : préparation, prospection, promotion;
  - Frais artistiques : dépenses liées à la production du spectacle (cachets artistes et techniciens, matériel technique)
  - Frais annexes : transport, VHR...
  - Négociation des différents postes du budget avec budget lisible pour une meilleure négociation
- Montage financier de la production - Equilibre entre « Charges » et « Produits »
  - Charges : personnel artistique, technique, administratif, matériel lumière/son, frais administratifs (assurance, téléphone...) communication, promotion (dossiers, photos...) Comptabilité, TVA, taxes imprévus...
  - Produits : recettes billetterie, co-production, aides publiques (DRAC, ville...) société civiles (ADAMI...) privés (fondations et mécénat)

### **UC 9 La médiation culturelle et L'éducation artistique et culturelle**

- Les enjeux d'une politique en direction du jeune public et adolescents
- Les actions pédagogiques avec les enfants et adolescents
- L'ingénierie d'une action culturelle et supports pédagogiques en relation avec les professionnels de l'enfance
- Le scénario pédagogique : objectifs, moyens pédagogiques, évaluation des compétences
- Les moyens et supports musicaux de diffusion adaptés au jeune public

- **GESTION SOCIALE ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE**

**Objectifs**

- Maîtriser la législation sociale, légale et la paie du spectacle vivant pour structurer l'emploi
- Identifier les différents types d'aide à la création / diffusion d'un spectacle
- Acquérir les outils pour assurer sa gestion sociale et financière

**Contenus**

**UC 10 La gestion sociale et le régime d'intermittence**

- Les salariés : permanents, techniciens, artistes, contrats au cachet
- Contrat Durée Déterminées Usage et contrat d'engagement
- Les spécificités du régime intermittent et son champ d'application : annexes 8 et 10,
- Les types d'emploi, Indemnisation du Pôle emploi : ouverture de droits, admission, réadmission, base de calcul.
- Les contrats de travail, les rémunérations (cachets) et les déclarations
- Bulletin de salaire, taux de cotisations : URSSAF, Pôle emploi, Audiens, CMB, Congés spectacles...
- Déclarations, numéro d'objet
- Attestations employeur mensuelles (AEM)
- Le paiement des charges sociales, récapitulatifs annuels (DNA, DADS)
- Frais professionnels et abattements pour frais professionnels
- La mise en œuvre du cadre législatif
- Formalités et conditions à l'embauche (DUE)
- Travail des bénévoles, embauche des enfants, les stagiaires
- Obligations sociales de l'employeur des artistes du spectacle
- Immatriculation aux caisses sociales,
- Conventions collectives du spectacle vivant
- Registres à tenir, documents de fin d'année (DADSU)

**UC 11 Les différents types d'aide à la création et à la tournée**

- Aides publiques de l'Etat (DRAC)
- Collectivités territoriales (régions, départements, communes, groupements de communes)
- Administration des droits des artistes et musiciens-interprètes : ADAMI
- Centre National de la Musique CNM - Fonds pour la création musicale : FCM
- Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique : SACEM
- Société civile pour l'exercice des droits des producteurs phonographiques : SCPP
- Société perception, distribution des droits des artistes-interprètes de la musique et de la danse : SPEDIDAM
- Société civile des producteurs de phonogrammes en France SPPF

- **OUTILS PROMOTIONNELS DOSSIER DE PRÉSENTATION ET PLAN MEDIAS**

### Objectifs

- Rédiger un dossier de présentation du projet artistique destiné à la promotion du spectacle
- Maîtriser les outils du Web Marketing pour augmenter ses contacts
- Rédiger des contenus attractifs, courts, accrocheurs pour votre site Internet et gagner de nouveaux clients

### Contenus

#### **UC 12 Les outils de communication/ promotion**

- Les éléments du dossier de création selon le destinataire
- Présentation de l'artiste et des membres de l'équipe (CV)
- Présentation des spectacles précédents
- Présentation du projet artistique : description, origine
- Plan média, partenaires, lettres de recommandations, revue de presse
- Photos, vidéos
- Fiche technique. Plans, éléments de scénographie
- Rédaction de l'argumentaire à destination des programmateurs, financeurs, aux appels à projets, résidences, tremplins.

#### **UC 13 Les outils du Web Marketing**

- Personnalisation du profil
- Réalisation d'un site web
- Création de contenus (écrits, audio, vidéo) pour le web et mise en ligne
- Les supports promotionnels et réseaux sociaux
- Les réseaux sociaux pour réussir la promotion artistique
- Création et mise à jour de son profil (rédaction des textes, choix des visuels)
- Animation réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn...
- Création de contenus (écrits, audio, vidéo) pour le web et mise en ligne
- Rédaction d'un message concis, précis, structuré et accessible

- **DROIT D'AUTEUR ET EDITION MUSICALE**

### Objectifs

- Comprendre les obligations établies par le Code de la Propriété littéraire et artistique
- Comprendre le fonctionnement de l'édition musicale (acquisition des droits, relations contractuelles)

### Contenus

#### **UC 14 Droits d'auteurs et droits voisins et les particularités dans le domaine musical**

- Naissance des droits de l'auteur (droits moraux et droits patrimoniaux)
  - Le monopole d'exploitation de l'auteur
  - Les exceptions aux droits de l'auteur Négociation des droits d'auteur
  - Le système du copyright
  - Les sanctions civiles et pénales
- Le droit à l'image des personnes et des biens
  - Les autorisations expresses
  - Les droits d'auteur du photographe
  - Les droits voisins L'artiste-interprète
  - Droits des artistes et mission de service public
- Les sociétés de gestion collective des droits d'auteur
  - Historique et fonctionnement en France et à l'étranger
  - Cadre juridique et ses évolutions
  - Gestion collective et ses règles de répartition
  - Rôles et domaines d'intervention des sociétés d'auteur
  - Affiliation à une société de gestion collective

- Rôle de la SACEM dans le domaine professionnel
- Autres organismes de gestion collective : SESAM, SACD, SACEM, SCAM ou SDRM
- L'éditeur musical
  - Rôle, fonction et relation contractuelle
  - Evolution du secteur, l'époque graphique, phonographique et numérique
  - Place de l'édition dans l'industrie musicale
  - Contrats de cession et d'édition musicale Contrats de coédition et de sous-édition Musique à l'image

## UC 15 OUTILS DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

### Objectifs

- Mieux se connaître pour communiquer efficacement et développer son mode de communication interpersonnelle
- Développer son mode de communication interpersonnelle : écoute active-assertivité-bienveillance

### Contenus

- La communication non violente et l'assertivité
  - La fuite passive ou comportement de fuite ou de soumission
  - La manipulation ou comportement de domination par la ruse
  - L'attaque agressive ou comportement de domination par la force
  - L'assertivité ou comportement d'affirmation de soi, en respectant autrui
- Les techniques de médiation, de négociation et de management
  - Ecoute et le comportement empathique selon PORTER
  - La reformulation-reflet
  - La reformulation-clarification
  - Le questionnement
  - Le feed back approprié
- Le langage efficace et prise de parole
  - La forme affirmative
  - Les phrases courtes
  - Les mots de liaison
  - Le langage de l'action
  - L'Aisance verbale, la fluidité, la spontanéité
  - L'animation micro, ses intonations et ses déclinaisons
- La méthode DESC : objectif, règle d'or, méthode
  - Décrire
  - Exprimer
  - Suggérer
  - Conclure

## ■ DEMARCHE QUALITE



LA CLIQUE ETC...satisfait aux 6 critères qualité et les 21 indicateurs de qualités communs aux OPCA/OPACIF pour une simplification de la démarche du décret 2015-790 du 30 juin 2015 relatives à la qualité des actions de formation professionnelle continue et l'inscription au Datadock a été examinée et validée. Nos formations peuvent prétendre aux financements.



L'Institut de Certification des Professionnels de la Formation et de la Prestation de Service Intellectuel ICPF & PSI <http://certif-icpf.org/> est un organisme de certification de personnes, professionnels de la formation et de la prestation de service intellectuel.

AMAT Arnaud est certifié agréé ICPF & PSI/CNEFOP : Certification N° 251 formateur, ingénieur en formation, pour les domaines : Régie de spectacles, Management d'artistes, Organisation du monde musical, ingénierie culturelle, norme ISO 9001:2008, l'ISO 29990:2010, NF X50-761, la NF X50-769. La certification est reconnue dans la liste du Conseil national de l'emploi, de la formation et de l'orientation professionnelle [CNEFOP](http://www.cnefop.org/) comme satisfaisant au Décret Qualité.



Nous sommes certifiés en qualité de prestataire d'actions concourant au développement des compétences dans le cadre d'actions de formation. La certification atteste la qualité du processus mis en œuvre par le nouveau Référentiel National Qualité (RNQ) QUALIOPi qui a pour objectif d'améliorer la qualité des prestations des Organismes de Formation et d'uniformiser les critères d'appréciation

## ■ EQUIPE D'INTERVENANTS (liste non exhaustive)

- **AMAT ARNAUD**, Production de spectacles production phonographique, management de carrière d'artistes, gérant de LA CLIQUE PRODUCTION  
Certification N° 251 agréé Institut de Certification des Professionnels de la Formation et Prestation de Service Intellectuel (ICPF- PSI) [www.certif-icpf.org](http://www.certif-icpf.org) Norme AFNOR reconnue par CNEFOP
  - Formateur Régie de spectacles, Management d'artistes, Organisation musique
  - Ingénieur en formation Ingénierie culturelle, Management d'artistes
- **AMAT CLAUDINE**, coach titulaire de l'AEC, communication interpersonnelle, management, ingénierie culturelle et accompagnement individuel des stagiaires
- **BENALI ANISSA**, directrice de spectacle assistance, gestion sociale des entreprises culturelles.
- **BELLAZGHARI SALIM**, responsable d'événements à l'UCPA et à NRJ Music Awards, intervient sur le monde des médias et les techniques de prise de parole en radio
- **BUISSON ELYANE**, administratrice de production, AZAD production où elle assure un travail d'administration, de structuration, de production et de diffusion.
- **ERNOUL Christophe** Responsable du bureau des licences d'entrepreneur de spectacles vivants ; Conseiller pour l'action culturelle et territoriale et les musiques actuelles. Correspondant pour le mécénat et l'éducation populaire à la DRAC PACA
- **LINOU SOPHIE Consultante** développement de projets dans les arts et la culture et missions de communication
- **MEYER CRISTIAN**, directeur de production, conseil en ressources humaines intervient dans la diffusion de spectacles et les structures juridiques des entreprises culturelles.
- **VAGNER MAXIME**, fondateur, directeur de Prodig'Art, bureau de production dédié popularisation des musiques savantes
- .....