



Former des professionnels compétents, autonomes, réflexifs, responsables

PROSPECTION NEGOCIATION DIFFUSION D'UN SPECTACLE

■ PUBLIC

Artistes et personnes en charge de la production et de la diffusion souhaitant améliorer leurs techniques de vente ; Booker(euse), chargé(e) diffusion, chargé(e) de production, manager(euse), artiste

PRE REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pré requis

■ OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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,
Mettre en place une stratégie de diffusion, développer les capacités d'argumentation et de négociation.
Acquérir les connaissances juridiques pour rédiger, lire, améliorer la rédaction des contrats du spectacle
Sécuriser les engagements de l'exécution des contrats et les modalités de mise en œuvre de chaque partie

■ DUREE HORAIRES DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

Formation d'une durée de 4 jours soit 28 heures - Horaires : 9 h-12h30 et 14h-17h30
Modalités en présentiel : en intra-entreprise de 1 à 8 stagiaires ou en inter-entreprises de 4 à 8 stagiaires

■ 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.

■ METHODES – MOYENS PEDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques actives et participatives alternance d'apports théoriques, exercices pratiques, études de cas individuel ou en petits groupes. Mise en situation : jeux de rôle « programmateur / Vendeurs. Atelier : à partir de l'expérience des stagiaires : analyse des différents intervenants, leurs responsabilités légales et leur engagement
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 de la formation sous forme d'études de cas, les participants réaliseront un cas pratique lié à la production et la recherche de l'équilibre économique, dans l'élaboration du budget, et la rédaction de contrats.
- Evaluation individuelle « à chaud » du niveau de satisfaction sera effectuée auprès des participants « à chaud », le dernier jour de la formation sous forme d'entretiens de groupes et de questionnaires individuels remis aux participants.
- Attestation d'assiduité

■ CONTENU

• Les missions des lieux de diffusion

Centres chorégraphiques nationaux

Centres nationaux de création musicale

Scènes nationales, scènes conventionnées, scènes de musiques actuelles

Base de données en fonction des champs géographiques, techniques, ou économiques

Tri cohérent en fonction de la stratégie et de la période de programmation

La diffusion de spectacle

Temps consacré à la diffusion, pour quelle rémunération, avec quels objectifs ?

Pouvoir en matière de communication interne et externe ?

Compétences : commercial ou « community manager » ?

• 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 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

• La négociation et vente selon le concept d'Harvard

La confiance et acceptation réciproque

Une vision interactionnelle des relations

• 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

• La gestion des tensions relationnelles

Cadrage verbal, non verbal et écrit

Qui fait quoi à qui et pour quel résultat ?

• Les contrats du spectacle vivant et leur logique juridique et fiscale

Les enjeux des contrats, cadre règlementaire, 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

■ TARIF

700 € (sept cents) par stagiaire en inter-entreprises, sur devis en intra-entreprise

■ INTERVENANTS

AMAT Arnaud gérant de LA CLIQUE PRODUCTION

MEYER CRISTIAN, directeur de production, coach, médiateur

■ CONTACT

Claudine AMAT, responsable de formation téléphone 06 08 32 56 87 E-mail formation@laclique-production.com

Pour demande d'informations sur les financements et les modalités d'inscription