## PROGRAMME DE FORMATION 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, manageur(euse), artiste

### PRE REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pré requis

### ■ MODALITES ET DELAIS D'ACCES

Entretien téléphonique, ensemble nous analyserons vos besoins en formation
A l'issu de l'entretien, nous vous ferons parvenir un devis correspondant à votre demande.
Les dates de la formation seront fixées selon vos disponibilités et celles du formateur

### ■ 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
Parcours individuel, ou en intra établissement en présentiel
Nombre de personne(s) 1 minimum et 6 stagiaires maximum

### ■ ACCESSIBILITE AUX PERSONNES PORTEUSES D'HANDICAPS

Les formations en inter établissements se déroulent au CMCI immeuble accueillant les Personnes à Mobilité Réduite PMR 2 rue Henri Barbusse 13001 Marseille.
Si besoin d'un accompagnement personnalisé, merci de contacter AMAT Arnaud référent handicap au 06.64.3562.37

### ■ 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

### ■ METHODES – MOYENS PEDAGOGIQUES

L'ingénierie pédagogique s'articule sur le concept de compétence en situation professionnelle
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

**1er jour**

- **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.

**2ème jour**

- **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

**3ème jour**

- **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 ?

**4ème jour**

- **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

Sur devis selon la (les) modalité(s) retenue(s) formation en individuel ou en groupe
Tarif : 595€ par jour/ personne

## ■ 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