

Stratégies de communication culturelle

DESRIPTIF DE LA FORMATION



BRUNO LÉVY

Nicolas Marc

Fondateur d'Art
Culture Transmission

Directeur de *La Scène*
et des BIS

«La transmission intergénérationnelle, l'atout pédagogique d'ACT'»

ACT, comme Art Culture Transmission : ce programme innovant et exigeant de formations a été fondé avec une conviction simple, unanimement partagée : face à des fonctions qui requièrent des compétences de plus en plus pointues, dans un paysage culturel en profonde mutation, les formations du spectacle vivant doivent répondre avec pertinence aux nouveaux enjeux posés par la filière. Elles doivent aussi assurer le «**chaînon**» entre les **générations** et donner aux enjeux politiques et à la culture artistique une place centrale.

C'est toute la démarche pédagogique d'ACT, qui repose sur la transmission intergénérationnelle et sur la capitalisation de savoir-faire que les intervenants – tous professionnels reconnus – ont à cœur de partager.

Nourris de rencontres, de retours d'expériences et d'exemples concrets, nos cycles professionnels nationaux permettent donc d'acquérir des connaissances théoriques et la maîtrise d'outils pratiques pour évoluer dans des fonctions à responsabilités.

Tous les parcours sont conçus sur une durée volontairement longue **permettant un réel approfondissement** des thématiques, avec des intervenants de haut niveau, justifiant d'une expérience professionnelle reconnue sur des postes à fortes responsabilités. Ils sont fractionnés de manière à permettre à chacun d'y participer en conciliant ce temps de formation avec son activité professionnelle.

Nous vous proposons de profiter de cette opportunité unique de bénéficier d'une formation utile et rigoureuse, en prise directe avec le monde professionnel. Vous pourrez ainsi **questionner des enjeux**, confronter des pratiques, rencontrer des intervenants de référence, **renforcer votre réseau** et valoriser votre carrière.

► Qui sommes-nous ?

Act' est un organisme de formation indépendant, à but non lucratif, créé par l'équipe de *La Scène*, qui publie aussi *La Lettre du Spectacle*, *Le Jurisculture*, *Le Nouveau Musicien* et *CultureMédias*, des guides et des ouvrages thématiques, et organise notamment les BIS-Biennales Internationales du Spectacle de Nantes et les Journées de *La Scène*. Elle bénéficie d'un fort ancrage dans les réalités de la filière culturelle et permet de profiter d'un réseau professionnel exceptionnel. Toutes nos formations sont présentées sur notre site www.lesformations-act.com

Stratégies de communication culturelle

Modalités du Cycle professionnel national «Stratégies de communication culturelle»

Savoir communiquer implique une parfaite connaissance des publics auxquels on s'adresse, une maîtrise des univers artistiques, ainsi qu'une appréhension des enjeux institutionnels pour mener des stratégies efficaces d'accompagnement d'un spectacle, d'une institution, d'un artiste ou d'un projet.

La formation proposée est adaptée aux différentes problématiques de la communication des structures culturelles : théâtres, salles de spectacles, festivals, compagnies dramatiques et chorégraphiques.

Etayés d'illustrations de terrain et d'expériences professionnelles, les enseignements englobent la communication et les relations avec les médias. Ils mettent en lumière les stratégies utilisées auprès des différents partenaires et la mise en relation avec les différents publics.

Objectif

Les transformations des médias dits traditionnels (presse écrite, radios, télévisions) et la création accélérée de médias et des supports de communication (sites web, newsletter, blogs, publications gratuites) nécessitent une actualisation des connaissances et des compétences professionnelles spécifiques.

L'objectif est de renforcer le profil des professionnels de la communication culturelle et des relations presse, polyvalents et réactifs, conscients des transformations médiatiques en cours, des enjeux sociaux et culturels dont elles sont porteuses, des changements dans les usages et dans les pratiques professionnelles qu'elles entraînent.

Ce parcours articule la communication, la presse, les relations publics dans le souci d'aborder toutes les composantes des relations avec le public.

Direction pédagogique

Anne Quentin, journaliste culturelle

Durée

La formation se déroule sur deux semaines, soit 10 jours de formation. Les semaines sont réparties durant l'année. Le calendrier a été conçu pour être compatible avec l'exercice d'une activité professionnelle.

Calendrier

La promotion 2009-2010 est organisée selon le calendrier suivant :

- 1^{ère} semaine, du 23 au 27 novembre 2009 à Paris ;
- 2^{ème} semaine, du 11 au 15 janvier 2010 à Paris.

Effectif

L'effectif de cette formation est limité à 14 participants.

Sanction du cursus

À l'issue de la formation, le participant se voit remettre une attestation de formation professionnelle, sauf si les conditions d'assiduité ne sont pas remplies.

Coût de la formation

Les frais d'inscription et les frais pédagogiques s'élèvent à 2 300 euros toutes taxes comprises.

Financement

Selon les situations, cette formation peut être financée par votre employeur (budgets formation), par l'AFDAS, l'AGEFOS PME ou les autres Fonds d'assurance formation.

Conditions d'accès

- Justifier d'une expérience professionnelle significative dans le secteur artistique et culturel, sur des fonctions liées à la direction, l'administration, la diffusion, les relations avec les publics, la communication ou les relations presse.
- s'engager à participer à la formation aux conditions d'assiduité prévues.

Formalités d'inscription

Les candidats procèdent à leur inscription par courrier ou télécopie, en remplissant le dossier correspondant. Les demandes d'inscription sont prises en considération dans la limite des places disponibles.

Conditions d'assiduité

Le participant est tenu de suivre l'intégralité des sessions prévues dans le calendrier. S'il est en poste, le candidat doit s'assurer de l'accord de principe de son employeur pour participer à la formation, aux conditions d'assiduité prévues.

Stratégies de communication culturelle

Intervenants de la formation

- **Anne Quentin**

Journaliste culturelle à *La Scène*, directrice pédagogique et formatrice, ancienne rédactrice en chef de *Profession Culture*.

- **Dominique Racle**

Directrice de l'agence DRC (TNP de Villeurbanne, Foothsbaarn Theater, Cérémonie des Molières...), anciennement en charge de la communication et de la presse de la SACD, de la Cinémathèque française, de la Comédie-Française, de la Comédie de Caen...

- **Patrick Belaubre**

Chargé de mission à *France Culture*. Ancien Secrétaire général du Festival d'Avignon, ancien conseiller artistique adjoint du directeur des festivals Furies et Aurillac, secrétaire général de la scène nationale du Petit Quevilly/Rouen, coordinateur général du Festival Tranches d'Europe Express festival de musiques actuelles, (1999-2001).

- **Isabelle Muraour**

Attachée de presse et chargée de production et de diffusion dans le domaine du spectacle vivant, actuellement chargée des relations presse du Théâtre de l'Est Parisien, de Joël Pommerat, festival Trans(e)...

- **Isabelle Martin**

Directrice des relations publiques et du secrétariat général au Théâtre de l'Est parisien

- **Jean-Pierre Léonardini**

Critique théâtral depuis 40 ans, ancien rédacteur en chef de la rubrique culture au quotidien *L'Humanité*

- **Judith Chaine**

Productrice à *France Musique*, chroniqueuse à *France Culture*, critique de musique classique à *Télérama*.

- **François Boudeau**

Secrétaire du Syndicat des attaché(e)s de presse du spectacle vivant, ancien responsable du service de presse du Théâtre du Châtelet, directeur de la communication du Festival de Saint-Céré, a participé à la création de l'agence Opus 64 (Festival d'Aix-en-Provence, de Saint-Florent-le-Vieil, Biennale de la danse de Lyon, Salle Gaveau, AFAA, Midem Classic).

- **Maroussia Jannelle**

Directrice de MAJi, agence spécialisée en communication visuelle (Images au Centre, Arcadi, ONDA, Cité de la Musique, Centre d'art contemporain de la Ferme du Buisson...)

Programme (Présentation synthétique)

1^{ère} semaine – Paris

L'artistique au cœur : les enjeux contemporains

Anne Quentin

- Où en est la création contemporaine en théâtre, danse, cirque, marionnettes, musiques actuelles ?
 - Mieux définir son projet pour appuyer son identité et affirmer sa singularité.
 - Du propos au message : comment "écrire" pour rendre lisible le projet.
-

La communication en actions

Dominique Racle

- La communication au service du projet culturel. Comment communiquer ?
 - La communication comme médiation entre le projet artistique et le marketing public
 - Les stratégies de communication : événementielle, institutionnelle, alternative.
 - Promouvoir un spectacle au sein d'un projet culturel
-

L'image du projet artistique

Maroussia Jannelle

Le langage web, les publics, les questions à se poser face à un site

Isabelle Martin

Stratégies de communication culturelle

2^{ème} semaine – Paris

Les relations presse : le paysage et ses enjeux

François Boudeau

- Champs d'intervention, enjeux
- Organisation et fonctionnement de la presse (musique et danse)
- Déroulement d'une promotion de presse
- Concevoir un dossier de presse
- Témoignage de Judith Chaîne

Organisation et gestion des relations avec la presse

Isabelle Muraour

- Faire appel à un attaché de presse (nécessité et choix) + fichier presse
- Rôle et responsabilités
- Outils et budgets
- Organisation du travail avec la presse
- Bilan d'une campagne de presse
- Témoignage de Jean-Pierre Léonardini

Communication / presse / relations publics, l'articulation nécessaire

Patrick Belaubre

- Champs d'action et articulation
- Communication / publicité / information : quelles stratégies pour quel commanditaire ?
- Compagnies – institutions – festivals : des enjeux différents
- Connaissance des publics / relations au public (le cas du festival d'Avignon)

Bulletin d'inscription

Cycle professionnel national «Stratégies de communication culturelle» 2009-2010

À retourner à :
ACT' – Service inscriptions



11, rue des Olivettes – BP 41805
44018 Nantes Cedex 1
Fax 02 40 84 01 32

PARTICIPANT

Nom : Prénom :

Fonction – profession :

Date de naissance :

Adresse personnelle :

Code postal : Ville :

Tél. domicile : Tél. bureau :

E-mail professionnel direct ou personnel :

Situation : CDI CDD Intermittent du spectacle, n° dossier AFDAS Autres :

EMPLOYEUR

Nom de la structure :

Signataire de la convention de formation :

Nom : Prénom :

Fonction :

Tél.

E-mail direct :

Adresse de la structure :

Code postal : Ville :

Effectif de la structure : SIRET : APE :

FINANCEMENT DE LA FORMATION

Tarif : 2 300 euros toutes taxes comprises.

Adresse de facturation :

OPCA : AFDAS, n° d'adhésion de la structure :

Uniformalion AGEFOS PME Autre :

La promotion 2009-2010 est organisée selon le calendrier suivant :

- 1^{ère} semaine, du 23 au 27 novembre 2009 à Paris ;
- 2^{ème} semaine du 11 au 15 janvier 2010 à Paris.

Cachet de l'employeur

Date :

Signature :

CYCLE PROFESSIONNEL NATIONAL 2009-2010

Stratégies de communication culturelle



ART CULTURE TRANSMISSION

11, rue des Olivettes – BP 41805 – 44018 Nantes Cedex 1
Tél 02 40 20 60 29 – Fax 02 40 84 01 32 – contact@lesformations-act.com