

# Stratégies de communication culturelle

DESRIPTIF DE LA FORMATION



BRUNO LÉVY

### Nicolas Marc

Directeur-fondateur d'Art  
Culture Transmission

Directeur de *La Scène*  
et des BIS

## «Les formations ACT', pour vous démarquer»

**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.

Ce programme s'enrichit de nouvelles propositions sur la saison 2010-2011, toujours avec ce souci d'être en phase avec les réalités des métiers du spectacle et de la culture. Notre démarche pédagogique reste fidèle à notre projet : reposer 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 d'acquérir des connaissances théoriques et la maîtrise d'outils pratiques pour évoluer dans des fonctions à plus fortes responsabilités. Ils laissent une «trace» positive dans une vie professionnelle.

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 ainsi de **questionner des enjeux**, de confronter des pratiques, de rencontrer des intervenants de référence, de **renforcer votre réseau** et de dynamiser votre **parcours professionnel**.

### ► 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 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](http://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 contemporaines 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 traditionnelle, le web 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 deux semaines sont réparties durant l'année. Le calendrier a été conçu pour être compatible avec l'exercice d'une activité professionnelle.

## Calendrier

La promotion 2010-2011 est organisée selon le calendrier suivant :

- 1<sup>re</sup> semaine, du 15 au 19 novembre 2010 à Paris ;
- 2<sup>e</sup> semaine, du 17 au 21 janvier 2011 à Paris.

## Effectif

L'effectif de cette formation est limité à 12 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*.

- **Patrick Belaubre**

Secrétaire général de la Comédie-Française. Ancien 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).

- **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).

- **Marion Castel**

Chargée de communication web.

- **Guy Garcia**

Directeur/programmateur du Sans Réserve, scène de musiques actuelles, à Périgueux.

- **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...).

- **Jean-Pierre Léonardini**

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

- **Isabelle Martin**

Directrice de la communication et des relations publiques au Théâtre 71, scène nationale de Malakoff.

- **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)...

- **Dominique Racle**

Directrice de l'agence DRC (TNP de Villeurbanne, Ministère de la Culture/direction des patrimoines, Footsbarn Travelling Theatre, Théâtre national de Nice, Gaumont...), anciennement responsable de la communication et de la presse de la SACD, de la Cinémathèque française, de la Comédie-Française...

## **Programme** (Présentation synthétique)

1<sup>re</sup> semaine – Paris

### **L'artistique au cœur : les enjeux contemporains**

Anne Quentin

---

### **La communication en actions**

Dominique Raclé

- 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

---

### **Organisation et gestion des relations avec la presse**

Isabelle Muraour et Jean-Pierre Léonardini

- 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

# Stratégies de communication culturelle

## 2<sup>e</sup> semaine – Paris

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

Marion Castel

- Introduction thématique avec tendances web en communication en 2010 et explication Pourquoi le web 2.0 est incontournable dans une stratégie de communication
- Présentation des outils du web 2.0 (médias sociaux, UGC, marketing viral, marketing d'influence, blog, microblogging)
- L'E-réputation – Comment gérer sa réputation en ligne et optimiser sa visibilité (référencement naturel et payant, cyber-squatting)
- Comment dialoguer, communiquer, et maîtriser son image sur le web (community manager, buzz monitoring)
- Applications dans le domaine du monde du spectacle

### **Le langage web spécifiquement adapté au monde culturel**

Isabelle Martin

### **Cas pratique**

Anne Quentin

### **La communication appliquée à une salle de musiques actuelles**

Guy Garcia

### **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

### **Communication / presse / relations publics, l'articulation nécessaire**

Patrick Belaubre

### **Écrire sur un spectacle. Bilan**

Anne Quentin

## 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.

## Conditions générales de vente

Pour chaque inscription, une convention de formation professionnelle continue établie selon les textes en vigueur est adressée au participant en deux exemplaires dont un est à retourner signé et revêtu du cachet de l'employeur.

Tous les prix sont indiqués toutes taxes comprises. Tout cycle commencé est dû en entier. Les frais de participation comprennent la formation et le support pédagogique. Les repas sont à la charge des participants.

Le règlement du prix doit être effectué selon les conditions communiquées par ACT'. En cas de paiement par un OPCA, il vous appartient d'effectuer la demande de prise en charge avant le début de la formation auprès de l'OPCA dont vous dépendez. L'accord de financement doit être communiqué au moment de l'inscription et sur l'exemplaire de la convention que vous retournez signée à ACT'. En cas de prise en charge partielle par votre OPCA, la différence vous est directement facturée. Si l'accord de prise en charge de votre OPCA ne nous parvient pas au premier jour de la formation, la totalité des frais de formation peut éventuellement vous être facturée.

Pour le bon déroulement des formations, il est demandé aux participants de limiter les cas

d'empêchement aux seuls cas de force majeure. Nous vous offrons la possibilité de remplacer à tout moment le participant par une autre personne ayant les mêmes besoins de formation.

Dans le cas où la cohérence du groupe et/ou le nombre de participant seraient pédagogiquement insuffisants pour le bon déroulement de la session, ACT' se réserve la possibilité d'ajourner la formation au plus tard une semaine avant la date prévue.

Jusqu'à 21 jours calendaires avant le début de chaque cycle, le remboursement des droits d'inscription se fera sous déduction d'une retenue de 40 euros TTC pour frais de dossier. Après cette date, les participants pourront se faire remplacer par une autre personne ayant les mêmes besoins de formation mais ACT' se réserve le droit de facturer à titre d'indemnité forfaitaire :

- 100% du prix en cas d'annulation dans un délai inférieur ou égal à 5 jours calendaires avant le début de la formation.
- 50% du prix en cas d'annulation compris entre 6 et 21 jours calendaires avant le début de la formation.

Toute annulation par le participant doit être communiquée par écrit. Un accusé de réception sera adressé en retour.

Le contenu, l'ordre, les intervenants pédagogiques et le calendrier des sessions peuvent être modifiés par ACT' sans préavis si des circonstances l'y obligent.

Tout litige découlant de l'interprétation ou de l'exécution des présentes sera de la compétence exclusive des tribunaux de Nantes.

# Bulletin d'inscription

Cycle professionnel national «Stratégies de communication culturelle» 2010-2011

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 2010-2011 est organisée selon le calendrier suivant :

- 1<sup>re</sup> semaine, du 15 au 19 novembre 2010 à Paris ;
- 2<sup>e</sup> semaine du 17 au 21 janvier 2011 à Paris.

Cachet de l'employeur

Date :

Signature :

CYCLE PROFESSIONNEL NATIONAL 2010-2011

# 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](mailto:contact@lesformations-act.com)