



LESNE FORMATION



Management de projets musicaux

Gestion de projet, communication et recherche de fonds

Contexte :

Le management de projet culturel nécessite aujourd'hui d'acquies et d'articuler de nombreuses compétences connexes : artistiques, éditoriales, événementielles, juridiques et financières, ainsi qu'en diffusion, communication et recherche de fonds.

Cette formation s'adresse à l'artiste entrepreneur, au responsable de développement de projet culturel à 360°, individuellement ou via une structure juridique et au futur entrepreneur culturel afin de leur permettre de créer, développer et pérenniser leurs propres projets et leurs activités.

Les porteurs de projets musicaux sont également aujourd'hui obligés de repenser les modèles économiques de leur structure et de tendre vers des financements mixtes qui articulent subventions publiques et argent privé (fondations d'entreprises, fondations familiales, fonds de dotation, grands donateurs particuliers, financements participatifs...). Or, développer ce volet "mécénat" demande un savoir-faire et des compétences spécifiques. Le secteur du fundraising se professionnalise et la concurrence peut être rude.

Pour permettre aux artistes et aux acteurs culturels de faire face à ces nouveaux défis, ce programme propose une approche globale fondée sur une certitude : Il n'y a pas de levée de fonds possible sans ce travail global préalable.

Cette formation se déroule donc en deux temps : un volet sur la gestion globale de projet, la production, la promotion, la communication et le marketing et un volet dédié au mécénat et à la stratégie de levée de fonds.

Études de cas, théorie, mise en pratique, le stagiaire pourra profiter de l'expérience des deux intervenantes, professionnelles en activité et personnes-ressources.

Profils des stagiaires

- Intermittent.e du spectacle
- Salarié.e de structures culturelles
- Musicien.ne soliste ou ayant constitué un ensemble ou un groupe
- Administrateur.trice d'un ensemble de musiciens
- Administrateur.trice d'associations portant un projet musical ou culturel

Prérequis

- Expérience artistique, culturelle ou administrative dans l'un des domaines concernés
- Vouloir créer et/ou gérer des événements culturels et musicaux
 - Ou vouloir comprendre et/ou gérer la carrière d'un ou d'artistes au travers d'un projet
 - Ou avoir un souhait de nouvelle orientation professionnelle
- Avoir un projet conceptuellement avancé
- Maîtriser la langue française orale et écrite

<p><u>Nombre de stagiaires</u> 1 personne</p> <p><u>En option</u> : Par petit groupe avec possibilité de séances individuelles</p>	<p><u>Tarifs sur consultation</u> Et possibilité de prise en charge (Afdas, CPF, ...)</p> <p><u>Délais</u> : de 2 à 6 mois Sessions sur mesure en fonction de vos disponibilités</p>
<p><u>Format</u> : Nombre d'heures à déterminer selon votre profil et votre projet = dont une partie avec les formatrices et une partie de travail personnel à la maison En distanciel ou en présentiel (Mix possible)</p>	

Objectifs pédagogiques de la formation

- Acquérir une connaissance des méthodes, des outils et des actions pour accompagner, développer et/ou manager son projet et pour le rendre singulier
- Élaborer et mettre en œuvre sa stratégie de communication globale (relations publiques, relations média, partenariats, marketing, communication digitale web et réseaux sociaux)
- Élaborer et mettre en œuvre sa stratégie de recherche de fonds publiques et/ou privée (subventions, mécénat, sponsoring)
- Maîtriser la base de l'évaluation de son projet pour vérifier l'impact de toutes les actions mises en place et adapter sa stratégie en fonction des résultats

Contenu de la formation du volet 1

- Introduction
 - Ouverture et présentation du stage
 - Tour de table : projets individuels, perspectives professionnelles, ...
 - État des lieux des métiers de la culture et de la musique
- La gestion de projet
 - Comprendre la nécessité d'avoir un projet singulier sur le marché culturel actuel
 - Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de développement de son projet
- La stratégie de communication globale
 - ⇒ Construire sa propre stratégie : méthodologie, mise en œuvre et mise en situation
 - Communication traditionnelle RP
 - Communication digitale : Sites web, Réseaux sociaux
 - Communication Marketing
- L'image de l'artiste ou du projet : le « Kit Com »
 - ⇒ Créer et maîtriser son identité de marque pour créer et réaliser les contenus à diffuser
 - Choisir ses photos
 - Rédiger ses biographies
 - Choisir le contenu audiovisuel adéquat en fonction de son identité de marque
 - Donner des interviews : quels types, exercices de mise en situation

Contenu de la formation du volet 2

- **Contextualiser : le cadre juridique et fiscal du mécénat**
 - Découvrir les enjeux du mécénat musical
 - Connaître les typologies de donateurs
 - Appréhender les différentes formes du mécénat et les outils qui en découlent
 - Découvrir le financement participatif et le fonctionnement des cagnottes en ligne
 - Apprendre les techniques de ciblage et de prospection
- **Analyser : Définir une stratégie de mécénat cohérente**
 - Apprendre à réaliser une matrice SWOT (Méthode d'analyse pour réaliser un premier audit)
 - Penser l'articulation entre l'action culturelle et le mécénat dans le cadre de son projet artistique
 - Penser l'articulation entre sa stratégie territoriale et son mécénat
 - Organiser un rétroplanning pour structurer sa stratégie de mécénat dans le temps
- **S'exercer à l'écrit : Créer un dossier de demande à destination d'un mécène**
(mise en pratique des stagiaires)
 - Maîtriser les éléments de langages et les règles d'usage des dossiers de mécénat
 - Utiliser également la communication digitale pour sa recherche de mécénat
- **S'exprimer à l'oral : Créer des discours adaptés aux mécènes ciblés (communication orale)**
(mises en situation / jeux de rôles)
 - Savoir comment demander de l'argent explicitement
 - Savoir évaluer la somme que l'on peut demander
 - Apprendre à rebondir en cas de refus
 - Apprendre à relancer
- **Évaluer : Évaluer ses actions de mécénat**
 - Comprendre les enjeux de l'évaluation
 - Créer des outils pour évaluer les actions menées
 - Apprendre à ajuster sa stratégie en fonction des résultats de l'évaluation
 - Découvrir ce qu'est la mesure d'impact
- **Budgétiser : Réaliser un budget dans le cadre d'une demande de don**
 - Apprendre à faire un budget
 - Comprendre comment fonctionne le fléchage des dons ou subventions ?
 - Comprendre les enjeux des frais de fonctionnements

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Laurence LESNE-PAILLOT

Camille PROST

CV sur demande

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation ou en visioconférence
- Documents supports de formation projetés ou partagés
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets et entraînement au pitch / mises en situation
- Quiz

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questionnaires à chaud et à froid en fin de formation pour vérifier les acquis
- Formulaire d'évaluation de la formation

Besoin d'informations supplémentaires ?

cprost@calamusconseil.fr

laurence@lesneformation.com