Entreprendre dans les arts et la culture

10 jours pour passer de l'idée au projet culturel et élaborer le modèle économique de votre future activité

Durée: 70 heures (10 jours)

Profils des stagiaires

- Tout porteur de projet dans l'art ou la culture

Prérequis

- Avoir une idée validée et qualifiée, l'envie d'entreprendre dans le secteur culturel et de créer une structure pour porter vos projets (association, micro-entreprise, SArL, coopérative, etc.)

Objectifs pédagogiques

- Connaître les spécificités, l'organisation et le fonctionnement du secteur culturel
- Connaître la chaîne de valeur économique culturelle et ses acteurs
- Positionner son projet dans l'environnement socio-économique
- Vérifier l'opportunité, l'adéquation personne-projet, la faisabilité, puis valider son idée
- Élaborer le modèle économique de son projet culturel
- Communiquer son offre à des publics cibles
- Acquérir une méthodologie pour financer son projet culturel
- Réaliser un budget prévisionnel
- Connaître les différents statuts juridiques pour choisir le sien

Contenu de la formation

- LES SPÉCIFICITÉS DU SECTEUR CULTUREL
    - Organisation du monde de la culture et politiques culturelles
    - Economie créative : la chaîne de valeur culturelle et ses acteurs
    - Culture et numérique, désintermédiation
    - Les industries culturelles et le secteur non-marchand
    - Les conséquences de la crise COVID 19 sur le secteur culturel
- LE PROCESSUS DE CONCEPTION D'IDÉES
    - Le Design Thinking, les étapes de la création d'activité
    - Adéquation personne-projet, posture entrepreneuriale
    - Le projet dans son environnement, analyse du contexte et des besoins
    - Formulation d'une problématique et des objectifs
    - Immersion-exploration, étude d'opportunité et de faisabilité
- LE MODELE ECONOMIQUE DU PROJET CULTUREL
    - L'économie du projet et sa modélisation
    - Matrice du modèle économique de l'activité (Canvas culturel Ecopia)
    - La proposition de valeur unique
    - Valeur sociale et mesure d'impacts
- RESEAU ET PARTENARIATS
    - Gestion des parties prenantes dans le secteur culturel
    - Mobiliser et susciter l'intérêt
    - Méthodologie de la recherche de financements et des partenariats

    - Economie plurielle et hybridation des ressources
- COMMUNICATION ET MARKETING CULTUREL
    - Marketing de l'offre, singularité
    - Stratégie de communication ciblée
    - Pitch et Storytelling
- GESTION ET COMPTABILITE
    - Budget prévisionnel global et par action
    - Le plan comptable
    - Calculs de prix et seuil de rentabilité
- LES STATUTS POUR CREER SON ACTIVITE
    - Juridique, fiscal, social
    - Statuts individuels et collectifs
    - Economie Sociale et Solidaire

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

- Jérôme RAMACKER, L'artisan communicateur, Osez le marketing culturel
- Priscilla ZAMORD, ZamZam
- Caroline RENOUX, Pepite Centre
- Cécile PENNETIER, Un je ne sais quoi
- Mathilde CLAVERIE, Muju Culture
- Aline LONQUEU, Directrice, ÉCOPIA
- Arnaud LANTOINE, Consultant, ÉCOPIA
- Emmanuelle BOIREAU, Référente Entrepreneuriat Culturel, ÉCOPIA

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quizz en salle
- Travail en sous groupes
- Échanges croisées avec les participants
- Mise à disposition en ligne de documents-supports à la suite de la formation

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

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation