



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: heures (10.00 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, la faisabilité, puis valider son idée
- Adapter son projet au contexte de la crise sanitaire
- Élaborer le modèle économique de son projet culturel
- Communiquer son offre à des publics cibles
- Acquérir une méthodologie pour mobiliser des financements spécifiques
- 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, PARTENARIATS ET FINANCEMENTS CULTURELS



- 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
- 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
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

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

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