

Comment dynamiser son parcours artistique ?

Les fondamentaux à connaître

4-5 octobre 2021

une matinée en avril 2022

DURÉE

14 heures sur 2 jours en octobre 2021

3h en avril 2022 (date à préciser)

HORAIRES

9h30 à 12h30- 13h30 à 17h30 chaque jour, pause déjeuner de 12h30 à 13h30

LIEU

Galerie Gillig- 11 rue Jean-Frédéric Oberlin 67000 Strasbourg

La dernière matinée pourra se tenir en visio ou hybride en fonction du lieu de résidence des participants.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Et compétences à acquérir :

- Avoir une vision claire de son projet, de ses cibles et des moyens de les toucher,
- Identifier les réseaux et leviers publics et privés au service de son développement
- Prendre sa place dans l'écosystème,
- Acquérir une compréhension des outils à sa disposition pour présenter au mieux sa démarche artistique,
- Planifier et mettre en action une stratégie de communication et de vente.

DUREE

2 jours + un deuxième module d'une matinée 6 mois après (3h avec les 2 formateurs) consistant en un retour sur la mise en pratique et utilisation des outils communiqués lors du 1^{er} module de la formation

- Sollicitation d'un partenaire public
- Sollicitation d'un partenaire privé
- Mise en place d'un plan de communication

Durée : 9h30-12h30

Cette matinée pourra se tenir en visio ou hybride en fonction du lieu de résidence des participants.

Articulation des 2 intervenants

Premier module

1^{er} jour : accueil avec les 2 formateurs / 9h30 à 10h

Déjeuner avec les stagiaires / 12h30-13h30

2^{ème} jour : conclusion entre 17h et 17h30 avec les 2 formateurs

Deuxième module

Une matinée 6 mois après (avec les 2 formateurs)

PUBLIC VISÉ

Artistes dans les domaines des arts visuels : photographes, plasticiens, sculpteurs, performers...
Minimum 6 et maximum 12 participants

PRÉ REQUIS

Aucun, une bonne motivation pour dynamiser sa carrière suffit !

CONTENU DE LA FORMATION

Déroulé jour 1- Vous en êtes où, et comment valoriser votre travail ?

OPS /compétences à acquérir :

- Cibler votre clientèle
- Comprendre comment elle fonctionne
- Analyser votre positionnement
- Valoriser votre univers artistique spécifique
- Apprendre à communiquer efficacement
- Savoir s'adapter aux attentes des financeurs
- S'organiser pour agir

Matin

Séquence 1- établir votre état des lieux

Des outils pour vous aider à y voir plus clair : SWOT (forces-faiblesses-opportunités-menaces) et PESTEL (politique-économique- social-technologique-environnemental-législatif)
Adaptation à votre cas

Séquence 2- analyser votre positionnement

Partir de votre activité

Identifier les autres acteurs

Des outils pour l'analyse : les 4P du marketing mix (produits, prix, place-diffusion et promotion)

Après-midi

Séquence 3- définir un plan d'actions et son rétro planning

Construire la cartographie de votre écosystème

Etablir la liste de vos prospects

Créer votre plan d'actions personnalisé, dans un calendrier réaliste

Séquence 4- mettre au point votre stratégie de communication

Online et offline : site, réseaux sociaux, flyers, invitations etc.

Le point de départ : identité, valeurs, thèmes, ton, vocabulaire, graphisme

Votre état des lieux : votre univers et comment vous le valorisez

Deux outils clés : le tableau de pilotage et de suivi des actions de communication ; l'analyse d'audience

L'événementiel : un atout clé de la dynamique de votre communication

Séquence 5- rédiger un dossier de demande d'aide ou de subvention

Comprendre ce qui est attendu

Créer de la cohérence entre les documents

Raconter une histoire

Illustrer simplement et efficacement votre dossier

Sortez du lot !

Clôture

Premier repérage des fondamentaux liés à la promotion de son travail

Synthèse des apprentissages de la journée

Compréhension et détermination des outils facteurs de réussite

Déroulé jour 2 – Comprendre votre marché et utiliser les ressources et outils à votre disposition

OPS /compétences à acquérir :

- Connaître les réseaux professionnels pour mieux s'y inscrire
- Vendre ses œuvres
- Exposer dans une galerie et/ou trouver un agent
- Utiliser efficacement les outils de promotion
- Travailler avec des partenaires privés et développer la prescription
- Utiliser les dispositifs publics et privés de soutien aux artistes

Matin

Séquence 1- L'écosystème de l'artiste

Comment s'inscrire dans les réseaux professionnels ?

Identifier les partenaires publics sur son territoire

Quelles sont les galeries du territoire ?

Séquence 2- Vendre en direct ou via une galerie

Le marché de l'art contemporain en France

Fixation du prix d'une œuvre et quand augmenter les prix ?

Comment se créer un réseau de collectionneurs ?

Trouver une galerie et/ou un agent, comment l'approcher ? Quelles pratiques ?

Les foires et salons d'artistes, y participer ?

Comment se positionner sur des projets d'expositions ?

Adaptation à votre cas

Après-midi

Séquence 3- Maîtriser les outils de promotion

Utiliser efficacement les réseaux sociaux
Créer un site web personnel
S'inscrire sur les portails d'art et d'artistes
Comment tirer parti des portes ouvertes d'ateliers ?

Séquence 4- Quels leviers utiliser ?

Les dispositifs de soutien, directs et indirects, proposés par les collectivités, l'Etat, les fondations, les entreprises.

Comment s'appuyer sur les collectionneurs et prescripteurs ?

Comment trouver des commanditaires privés et démarcher les entreprises ?

Comment identifier les résidences d'artistes ?

Comment assurer la production d'une œuvre complexe ?

Conclusion avec les deux formateurs de 17h à 17h30

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

Envoi d'un questionnaire par mail avant la formation pour découvrir les attentes des artistes et les sensibiliser à leur propre démarche

Le jour même : apports théoriques sur les fondamentaux du marketing, de la communication et des réseaux

Etudes de cas concrets portés par les participants

Mise en pratique immédiate en petits groupes

Restitution des travaux en plénière

Divers jeux de reconnexion

Approche ludique, participative et collaborative

SUIVI ET ÉVALUATION

Autoévaluation en amont grâce à une grille envoyée par mail

Mise en pratique des connaissances appliquées au cas des stagiaires le jour de la formation

Echanges critiques lors de points d'étape pour faciliter la mémorisation et l'appropriation

Tests de connaissances et réflexes acquis pendant la formation en fin de journée

Remise de documents utiles au pilotage de son activité en fin de formation

Matinée de bilan-ajustements-réponses aux difficultés rencontrées 6 mois après

FORMATEURS

Hélène Cascaro, conseil en stratégie et marketing culturel- agent d'artistes- formatrice. Spécialiste du secteur culturel, j'accompagne les artistes pour relever leurs défis, dans le champ de l'image et de la communication, du marketing, ou des réseaux. Je les aide à augmenter leur rayonnement grâce à la mise en oeuvre d'une stratégie de développement efficace et personnalisée.

Je suis déjà intervenue, en tant que formatrice, notamment auprès de FLUXUS, l'incubateur de porteurs de projet dans l'économie créative à Metz ; au CNFPT, à Paris (partenariats culturels); à IN SITU LAB (promotion et partenariats), à Strasbourg ou à l'IUT Charlemagne de Nancy (communication culturelle et touristique).

Stimulée par l'interactivité et la dimension collaborative dans l'apprentissage, ma méthode se fonde sur la dynamique de groupe et l'émergence des savoirs collectifs. La démarche pratique que je privilégie encourage chaque participant à se responsabiliser durablement quant à ses objectifs professionnels. Je mets par ailleurs à disposition de mes interlocuteurs mes compétences et expériences acquises dans des institutions publiques et privées reconnues et exigeantes, comme l'association France Urbaine à Paris, le musée Unterlinden à Colmar, le château de Lunéville en Lorraine ou le CEAAC à Strasbourg.

Pour me contacter et découvrir mes clients et projets : <http://hcascaro.com/>

Bertrand Gillig, galeriste et agent d'artiste depuis 2003. Membre du comité d'une demi-douzaine d'associations culturelles et membre fondateur de Versant Est et Plan Est, Pôle arts visuels Alsace, puis du Grand Est. Membre de l'Académie Rhénane, président de la commission arts ; membre du jury d'attribution des subventions aux artistes plasticiens et structures de la Région Grand-Est. Président de la commission communication et RP de la Société des Amis des Arts et des Musées de Strasbourg.

INSCRIPTION

Mails et téléphone formateurs :

Hélène Cascaro	contact@hcascaro.com	0622781203
Bertrand Gillig	info@bertrandgillig.fr	0603131335

Coût stagiaire total	490 € (en 2021) + 105€ (en 2022), n'incluant ni le déjeuner, ni les frais de transport
Coût journée formateur	245 € nets