



HOUSE OF
TRAINING

FORMATION INTERDISCIPLINAIRE POUR ARTISTES ET CREATIFS



ŒUVRE
Nationale de Secours
Grande-Duchesse Charlotte

**ENTREPRENEURIAT &
GESTION D'ENTREPRISE**



FORMATION INTERDISCIPLINAIRE POUR ARTISTES ET CRÉATIFS

Comment développer et valoriser son activité artistique et créative avec professionnalisme?

En collaboration avec la House of Training, l'Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte propose un cycle de formations visant à répondre aux besoins de professionnalisation des artistes et créatifs. En effet, dans un monde exigeant de plus en plus de connaissances interdisciplinaires, ceci dans des domaines aussi variés que le droit, le marketing, la communication et les outils numériques, il semble aujourd'hui indispensable pour tout un chacun d'en maîtriser les bases dans l'optique de pouvoir pleinement développer son activité professionnelle.

Le cycle de formations gratuites se compose de 19 modules d'une durée de 4 à 8 heures chacun. Ces modules peuvent être suivis aussi bien dans leur ensemble qu'individuellement. L'admission se fait sur base de la soumission d'une candidature. Des informations supplémentaires de même que l'accès au questionnaire de pré-inscription sont disponibles sur www.houseoftraining.lu.

Programme

01 Mesures sociales au bénéfice des artistes, choix d'une structure et constitution

- Définition de l'artiste professionnel indépendant et de l'intermittent du spectacle au sens de la loi
- Présentation détaillée des deux systèmes d'aide financière du Fonds social culturel
- Démarches administratives indispensables
- Choix de la structure et de sa constitution
- Le statut ASBL

02 Contrats pour employer ou collaborer avec des tiers

- Quelles sont les rubriques essentielles qui doivent figurer dans un contrat et à quoi servent-elles ?
- Quelles sont les questions à se poser quand on rédige ou quand on se voit proposer un contrat ?
- Assurances, RC : risques et obligations

03 Générer des idées et les mettre en œuvre

- Utiliser les principes de la créativité et ses principales techniques seul et en groupe pour générer de nouvelles idées
- Choisir une idée sur base de techniques de sélection

04 Gestion de projet artistique - Définition et présentation

- Préparation et conception d'un projet artistique
- De l'élaboration d'une idée au dossier de présentation
- Présentation du projet aux partenaires et aux financeurs potentiels

05 Instrument de financement et mesures d'aides

- Présentation des organes de financement et des formes d'aide possibles

06 Fondamentaux de la gestion comptable et financière

- Comment estimer ses ventes et les replacer dans une ligne du temps ? Comment facturer ses clients ? Taux horaire, forfait...
- Comment estimer les coûts liés à ses ventes ?
- Comment estimer ses charges fixes ?
- Les impôts, la TVA et la sécurité sociale
- Financer son activité : comment s'y prendre ?

07 Les clés pour réussir sa campagne de crowdfunding

- Définition du financement participatif et contexte de son apparition
- Les différentes formes de financement participatif, leur fonctionnement et les tendances du secteur
- Quel type de financement pour quel projet - le cadre réglementaire applicable
- Exemples de campagnes connues et cas pratiques
- Les clés du succès d'une campagne
- Comment choisir sa plateforme

08 Prise de parole en public

- Préparer, mener et conclure une intervention orale de manière structurée
- Mieux gérer son trac et ses émotions avant et pendant la présentation
- Gérer l'interaction avec l'auditoire (questions et objections)
- Utiliser les supports visuels de manière optimale

09 Gestion de projet artistique - Planification et gestion budgétaire

- Monter une équipe de confiance composée d'intervenants artistiques et partenaires
- Organisation d'un rétro-planning pour définir les tâches et missions de chaque partie
- Réaliser le projet, suivre la logistique et gérer les imprévus
- Suivre la création en fonction des procédures administratives
- Établir et assurer le suivi d'un budget
- Gérer les relations avec les financeurs

10 Savoir négocier, tout un art !

- Les différentes étapes de la négociation
- Comprendre les intérêts, les priorités et les objectifs de chaque partie
- Quelles stratégies de négociation utilisées et à quel moment ?
- La négociation collaborative
- Gérer les situations et personnes difficiles durant la négociation
- Optimiser le facteur temps et patience
- Maîtriser ses propres émotions et manager celles de l'autre partie
- Les Do and Don't de la Négociation

11 Communiquer efficacement sur son projet

- Connaître les moyens de communication existants (plan de communication)
- Concevoir une communication cohérente avec son projet, son objectif et son public
- Structurer un texte pour qu'il impacte le lecteur
- Identifier et mettre en avant le message principal

12 Relations presse

- Comprendre l'organisation d'une rédaction culturelle et ses choix éditoriaux pour mieux gérer ses relations avec la presse
- Présentation de l'organisation de la rédaction culturelle du Luxemburger Wort et de son lectorat print et online
- Les paramètres du choix: sources d'information (traditionnelles et nouveaux médias), agenda culturel, choix stratégiques, ressources, pagination
- Les différents types de couverture journalistique : de la conférence de presse à la critique
- Workshop: discussion de cas pratiques sur base de questions soumises au préalable à l'intervenant

13 Communication digitale et marketing 2.0

- Origines et implications du concept 2.0
- Évolutions du comportement du consommateur
- Générations X, Y et Z
- Rôle évolutif des médias digitaux
- Réseaux sociaux et dynamiques de groupe
- Planification médias 2.0
- Suivis analytiques et métriques ROI (Return on Investment)
- Gestion de communautés et règles d'engagement
- Types de contenus; types de messages; types d'enjeux

14 Newsletters et e-mailings au service de votre communication

- Création et gestion de listes de contacts
- Définition du ton et de la fréquence des newsletters
- Création et envoi de mailings : mise en page, rédaction, choix de l'objet (le titre), tests...
- Création de modèles réutilisables (templates)
- Analyse des statistiques
- « Trucs et astuces » : utilisation de Canva pour créer des illustrations, intégration de Mailchimp à votre page Facebook ou à votre site internet...

15 Les réseaux sociaux comme outils professionnels : Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest

- Typologie des différents réseaux sociaux
- Stratégie de communication adaptée aux réseaux sociaux
- Exemples et bonnes pratiques d'utilisation des différentes plateformes et réseaux
- Comment partager son univers esthétique et visuel
- Comment se servir de Facebook, LinkedIn, Instagram et Pinterest pour agrandir sa communauté ainsi que sa visibilité
- Quels contenus partager sur ces plateformes ?
- Utiliser les options à disposition dans un contexte professionnel

16 Gestion de projet artistique - Bilan, Mesure d'impact et diffusion

- Faire un débriefing du projet avec les différents collaborateurs
- Établir un bilan financier
- Planifier la tournée d'une création dès l'élaboration du projet

17 Tisser un réseau de contacts pour mieux s'affirmer, se déployer et vendre

- Pourquoi et comment réactiver vos contacts existants
- Où trouver de nouveaux contacts ?
- Comment approcher les gens qu'on ne connaît pas
- Comment se présenter et présenter son activité afin de susciter l'intérêt
- Le pouvoir des points communs
- Questions à poser pour alimenter l'échange
- Communication non-verbale pour influencer l'échange
- Quel suivi donner pour solidifier ses relations ?

18 Le droit d'auteur comme outil de protection des artistes et créatifs

- Propriété intellectuelle
- Focus sur les droits d'auteur
- Les contrats impliquant le droit d'auteur : La cession ; La licence ; La rémunération
- Quelques cas particuliers : le photographe et le caricaturiste

19 Les réseaux sociaux : intégrer la vidéo à sa stratégie de communication

- YouTube et Vimeo : combien d'internautes les utilisent ? Quel est le public cible de ces plateformes ?
- Aspects techniques des deux plateformes
- Complémentarité et interactions avec d'autres réseaux sociaux
- Bonnes et mauvaises pratiques typiques

Public cible

La formation s'adresse aux artistes et créatifs diplômés de tous âges et de tous domaines, notamment :

- Architecture
- Design
- Commissariat d'exposition, travail de curateur, médiation et gestion de l'art en général
- Arts plastiques / Beaux-arts
- Livres
- Musique
- Audiovisuel et multimédia
- Photographie
- Théâtre
- Spectacles vivants
- Arts pluridisciplinaires
- Danse

Inscriptions

L'inscription se fait sur dossier. Le formulaire de pré-inscription peut être trouvé sur www.houseoftraining.lu.

Frais d'inscription

La formation est financée par l'Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte.

Durée et horaires

La durée est de 4 à 8 heures par module. Les séances se déroulent de 13:30h à 17:30h.

Lieu

Sauf indication contraire dans la confirmation de l'inscription, toutes nos formations ont lieu au :

Centre de Formation de la Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi
L-1615 Luxembourg

Contact

House of Training - Customer Service
customer@houseoftraining.lu
BP 490 L- 2014 Luxembourg
Tel.: +352 46 50 16 - 1
www.houseoftraining.lu

Les conditions générales telles qu'énoncées sur notre site Internet www.houseoftraining.lu sont d'application.



HOUSE OF
TRAINING

HOUSE OF TRAINING

Officiellement créée en 2015, la House of Training réunit sous un même toit les instituts de formation de la Chambre de Commerce et de l'Association des Banques et Banquiers, Luxembourg (ABBL), renommés pour leur expertise et leur vaste offre en matière de formation professionnelle continue au Luxembourg.

www.houseoftraining.lu



ŒUVRE
Nationale de Secours
Grande-Duchesse Charlotte

Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte

L'Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte est un établissement public soumis à la tutelle du Ministre d'État. Elle assume un rôle éminent en matière d'organisation et de financement de la philanthropie au Luxembourg en soutenant des organisations œuvrant dans le domaine du social, de l'environnement, de la culture, de la mémoire et du sport-santé.

www.oeuvre.lu