

DEVELOPPER UN PROJET ARTISTIQUE DANS LE SPECTACLE VIVANT

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS

La certification « **Développer un projet artistique dans le spectacle vivant** » s'adresse aux artistes, producteurs et chargés de communication ou de diffusion souhaitant acquérir des compétences complémentaires leur permettant de développer un projet artistique dans le spectacle vivant.

La certification valide les compétences complémentaires acquises en matière de développement d'un projet artistique dans le spectacle vivant, au niveau de sa production, de sa diffusion, de sa vente et de sa communication.

Prérequis :

- Être porteur d'un projet de développement de projet artistique dans le spectacle vivant,
- Avoir une expérience professionnelle minimum de 3 ans dans le secteur artistique.

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

DEVELOPPER UN PROJET ARTISTIQUE DANS LE SPECTACLE VIVANT

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Développer un projet artistique dans le spectacle vivant		
<p>C1. Définir l'identité artistique du projet en identifiant ses objectifs, son public cible, son envergure, ses enjeux et ses risques tout en le situant dans son contexte (culturel, social, économique...), afin de le positionner de façon précise dans l'environnement actuel du spectacle vivant.</p>	<p>Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle du candidat portant sur un projet de développement d'un projet artistique dans le spectacle vivant.</p> <p>Il est demandé au candidat de préparer son projet artistique dans le spectacle vivant et le restituer sous la forme d'un dossier artistique rédigé. Le candidat présente ensuite son projet lors d'une soutenance orale.</p> <p>Il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Décrire l'identité artistique de son projet en présentant ses objectifs, son public cible, ainsi que le contexte dans lequel le projet s'inscrit (en lien avec C1). ▪ Présenter le dossier artistique du projet qu'il a élaboré en précisant la cible de partenaires auquel il est destiné (en lien avec C2). ▪ Présenter le dossier de financement élaboré, en y intégrant la fiscalité spécifique au monde du spectacle (en lien avec C3). ▪ Détailler les différentes étapes nécessaires à la réalisation du projet artistique (conception, diffusion...) ainsi que les outils de suivi de projet déployés (en lien avec C4). 	<p>Cr1. Le candidat présente avec pertinence les différents éléments de réflexion qui lui ont permis de définir l'identité artistique de son projet parmi notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'originalité du projet par rapport à l'environnement artistique existant • Les innovations esthétiques souhaitées • Le message à transmettre • Les caractéristiques du public cible • Le type de représentation visé • Le lieu de représentation visé (théâtre, opéra, écoles, rue ...)
<p>C2. Formaliser le dossier artistique du projet, en y intégrant une argumentation structurée (description générale, résultats attendus, étapes de réalisation, ressources nécessaires...), convaincante et adaptée aux différentes parties prenantes (fonction, intérêt au projet...), ainsi que des supports de visualisation et d'iconographie, pour assurer une présentation attractive et susciter l'envie de participations de partenaires extérieurs.</p>		<p>Cr2. Le dossier de présentation du projet artistique du candidat est réalisé de façon satisfaisante dans sa forme et dans son contenu :</p> <p><u>Dans sa forme :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les images intégrées sont à la fois explicites et esthétiques • Les textes sont insérés avec des visuels permettant une facilité de lecture • La présentation générale est soignée • La forme et le support sont adaptés au destinataire auquel il est destiné <p><u>Dans son contenu :</u></p>

DEVELOPPER UN PROJET ARTISTIQUE DANS LE SPECTACLE VIVANT

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Présenter la stratégie de promotion et de communication du projet artistique (en lien avec C5). ▪ Présenter la stratégie de vente envisagée pour le projet artistique ainsi que les outils nécessaires à sa mise en œuvre (en lien avec C6). 	<ul style="list-style-type: none"> • La description du projet artistique est structurée et complète : description, objectifs visés, étapes et planning, coordination... • La description du projet est valorisante • Les moyens et ressources à mobiliser (humains, matériels, techniques, logistiques ...), sont argumentés et justifiés • L'argumentation est adaptée au public visé (partenaires potentiels) • Le dossier comprend des annexes utiles à sa présentation (engagements et soutiens déjà acquis, contacts en cours, portfolios de réalisations antérieures...)
<p>C3. Elaborer le dossier de financement du projet artistique, en distinguant les sources de financement et en intégrant son budget prévisionnel et son plan de trésorerie, afin de sécuriser les engagements financiers et les retours sur investissement de production de façon à démontrer la fiabilité du projet.</p>		<p>Cr3.1 Le dossier de financement est complet et contient notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments permettant de justifier le prix de vente du projet - Les coûts associés au projet liés à la production, promotion, l'exposition, etc. - Les sources de financement : subventions, financements privés... - Les impacts fiscaux pour les parties prenantes - Différents scénarii en matière de vente et de financement ainsi que les solutions alternatives envisageables. <p>Cr3.2 Le dossier couvre tous les postes de dépenses et présente un équilibre financier.</p>
<p>C4. Organiser les activités qui jalonnent la mise en œuvre du projet au niveau opérationnel, juridique et administratif, en s'appuyant sur des outils de gestion projet (planification, tableaux de suivi avec indicateurs,</p>		<p>Cr4.1. Les différentes actions à réaliser au niveau juridique, administratif ou opérationnel pour mettre en œuvre le projet sont détaillées et listées par typologie ou chronologie : contrats,</p>

DEVELOPPER UN PROJET ARTISTIQUE DANS LE SPECTACLE VIVANT

<p>supports d'anticipation...) pour assurer le suivi des différentes étapes de sa conceptualisation et assurer l'atteinte des objectifs dans le respect des délais et des coûts fixés.</p>		<p>obtention des autorisations, dossiers de subvention...</p> <p>Cr4.2. Le candidat propose un plan d'action réaliste et réalisable par une planification et une répartition cohérente des rôles, missions et responsabilités entre les différentes parties prenantes au projet artistique.</p> <p>Cr4.3 Le candidat propose des outils de gestion et de suivi du projet artistique cohérents au regard de son envergure et justifie ses choix.</p>
<p>C5. Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication de son projet artistique, en s'appuyant sur les différents diffuseurs (presse, radio, TV, Web, réseaux sociaux, relations publiques, influenceurs...) et en utilisant les canaux et outils de promotion adaptés à son type et à son envergure afin d'assurer sa visibilité et de le promouvoir auprès du public ciblé (y compris les personnes en situation de handicap).</p>		<p>Cr5.1 La stratégie de promotion du candidat est pertinente au regard des caractéristiques du projet et du public cible.</p> <p>Cr5.2 Les actions de promotion sont cohérentes par rapport au budget global du projet et à ses objectifs</p> <p>Cr5.3 Les canaux de promotion sont cohérents par rapport au type de projet artistique, au public cible(notamment les personnes en situation de handicap) et aux résultats visés. Ils peuvent consister en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presse, • Site internet, • Affiches, flyers, plaquettes, • Des partenariats avec des groupes de diffusions, • Passages radios, • Réseaux sociaux,
<p>C6. Elaborer une stratégie de vente de son projet artistique, en sélectionnant les outils nécessaires à sa mise en œuvre (CRM, logiciels, plateformes de vente en ligne intégrant des fonctionnalités rendant accessibles</p>		<p>Cr6.1 Le candidat propose une structure et une composition de fichiers de contacts correspondant à la cible visée et justifie que le volume de contacts et le taux de transformation</p>

DEVELOPPER UN PROJET ARTISTIQUE DANS LE SPECTACLE VIVANT

les achats par les personnes présentant des handicaps...), en choisissant les réseaux de diffusion adaptés au projet et à la cible visée (revendeurs, presse, supports digitaux...) et en déterminant le message commercial à diffuser, pour transformer le public visé en clients réels et réaliser les recettes attendues.

prévus sont réalistes, réalisables et permettent l'atteinte des objectifs fixés.

Cr6.2 Les outils de vente qui seront mobilisés pour le projet sont cohérents par rapport à l'envergure du projet artistique et à son budget global.

Cr6.3 Les outils de vente mobilisés pour le projet permettent la gestion du nombre de places et le suivi du taux d'occupation.

Cr6.4 Les réseaux de diffusion envisagés pour l'activité artistique sont cohérents par rapport au projet et à la cible visée.

Cr6.5. La situation de handicap des visiteurs sur les différents canaux de diffusion est prise en compte à travers l'ajout de fonctionnalités permettant l'accessibilité des informations.