

L'artiste-producteur·rice : concevoir, produire et diffuser un spectacle vivant

Ce programme de formation complet permet aux artistes et porteurs de projets du spectacle vivant d'acquérir une vision globale et opérationnelle de la chaîne de production d'un spectacle, de la conception à la diffusion. Les participants seront en mesure de structurer, produire, promouvoir et diffuser leur projet avec une meilleure autonomie et une compréhension fine des enjeux de chaque métier.

Durée: 75.00 heures (10.00 jours)

Profils des apprenants

- Artistes interprètes, auteur·ices, metteur·ses en scène, chorégraphes.
- Chargé·es de production / de diffusion débutant·es.
- Intermittent·es du spectacle porteur·ses d'un projet de création ou en voie de structuration.

Prérequis

- Être porteur·se d'un projet de spectacle vivant (en cours, en développement ou à l'état d'idée avancée).
- Connaissance de base du fonctionnement d'un spectacle vivant (création / production / diffusion).
- Aisance avec les outils numériques de base (navigation web, traitement de texte, tableur simple).

Accessibilité et délais d'accès

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, sous réserve d'étude préalable des besoins spécifiques. Un échange en amont avec la personne référente handicap permet d'identifier les éventuels aménagements nécessaires (rythme, supports, accessibilité des locaux, etc.).

4 semaines

Qualité et indicateurs de résultats

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le paysage artistique et culturel français, ses politiques publiques, ses acteurs et ses modèles économiques.
- Clarifier et structurer leur projet artistique, formuler une note d'intention et un récit stratégique adaptés aux interlocuteurs (public, partenaires, programmeurs).
- Construire et piloter la production administrative et financière d'un spectacle (budgets, contrats, paie, financements, fiscalité, droits d'auteur).
- Mettre en place une communication et une présence numérique cohérentes, incluant la création de supports visuels et de contenus réseaux sociaux.
- Préparer et organiser la technique et la logistique d'une création et d'une tournée, en relation avec les équipes artistiques, techniques et les lieux.
- Déployer une stratégie de diffusion, de marketing et de billetterie, comprendre les réalités du marché, négocier avec les programmeurs et suivre les résultats.

Contenu de la formation



- Paysage artistique et culturel
 - Histoire et évolution du modèle culturel français (décentralisation, service public de la culture, démocratisation, exception culturelle).
 - Institutions, réseaux et structuration du spectacle vivant : CDN, CCN, scènes nationales, DRAC, ARTCENA, ONDA, syndicats, festivals majeurs.
 - Modèles économiques et artistiques : compagnies, lieux, structures publiques / privées / indépendantes, autoproduction.
 - Esthétiques contemporaines en théâtre et danse, hybridations et innovations technologiques (VR, IA, scénographie numérique).
 - Rôle de l'artiste-producteur-rice et articulation avec les métiers de production, d'administration, de diffusion.
- Développement de projet artistique
 - Clarification des motivations, intentions, enjeux et singularité du projet.
 - Rédaction d'une ébauche de note d'intention.
 - Définition du public cible, des enjeux artistiques et sociétaux.
 - Analyse de la pertinence de la forme artistique au regard du contexte et des contraintes.
 - Élaboration d'un rétroplanning de création et d'un premier pitch oral du projet.
- Administration / Contrats / Leviers de financement
 - Construction et suivi de budgets de production et d'exploitation, plans de financement et trésorerie, calcul de rentabilité.
 - Typologie des contrats : travail (CDDU, prestations), cession, coréalisation, coproduction, location de salle ; relations entre compagnies, artistes, technicien·nes, lieux et diffuseurs.
 - Paie et statut des intermittents : CDDU, organismes (URSSAF, Pôle emploi, Congés spectacles, Audiens), conventions collectives.
 - Aides et financements : DRAC, collectivités, CNM, ADAMI, SPEDIDAM, SACEM, mécénat et sponsoring.
 - Fiscalité, taxes spécifiques (ASTP, CNM...) et gestion des droits d'auteur et droits voisins (SACEM, SACD, ADAMI, SPEDIDAM).
- Technique et logistique du spectacle vivant
 - Cycle de vie d'un spectacle (création, résidences, exploitation, tournée, bilan).
 - Rôles des acteurs techniques et logistiques : régisseur général, régies son/lumière/plateau, direction de tournée, chargé·e de production.
 - Bases techniques : vocabulaire son, lumière et plateau ; lecture et adaptation d'une fiche technique.
 - Organisation d'une tournée : déplacements, hébergements, repas, temps de montage / démontage, feuilles de route et rétroplannings.
 - Construction d'un budget technique et logistique, outils de suivi (tableurs), analyse des coûts et leviers d'optimisation.
 - Réalisation d'un bilan de tournée (quantitatif et qualitatif).
- Communication & Stratégie Réseaux sociaux
 - Définition des objectifs de communication, du public cible et de l'univers de marque du projet.
 - Choix et usage des réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn) en fonction des publics.
 - Storytelling visuel : coulisses, processus créatif, équipe, valeurs.
 - Élaboration d'un calendrier éditorial et d'une stratégie de contenu (formats, rythme, collaborations).
 - Création de supports : teaser vidéo, affiche, dossier de présentation, brief à un·e graphiste, budgétisation de la communication.
- Marketing, Billetterie et Diffusion
 - Articulation entre développement artistique et stratégie (positionnement, promesse, identité, faisabilité).
 - Stratégies marketing selon les contextes : exploitation parisienne, tournée, Festival d'Avignon.
 - Billetterie : organisation, choix des canaux (plateformes, billetteries partenaires), tarification, offres ciblées, analyse des ventes et remplissage.
 - Diffusion : circuits, rôle du chargé·e de diffusion, identification des cibles, prospection, mails professionnels, relances, négociation de dates (cession, coréalisation, minimum garanti, partage de recettes).
 - Outils de suivi et de fidélisation du réseau pro (bases de données, CRM, calendriers, bilans).

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Référent pédagogique : Manon Bianchi

Référent handicap : Manon Bianchi, contact@lontra-formation.com - 0626235942

Référent administratif : Manon Bianchi, contact@lontra-formation.com

Référent qualité : Clara D'Agostino, clara@lontra-prod.com

LONTRA FORMATION

72 rue Crozatier

75012 Paris

Email : Intr.formation@gmail.com

Tel : +33626235942



Intervenants : Manon Bianchi, Valentine Roux, Laura Henicker, Rémi Chauveau, Bérénice Renaudie

Moyens pédagogiques et techniques

- Apports théoriques et méthodologiques illustrés par des exemples concrets du secteur.
- Études de cas réels issus des expériences des intervenant-es.
- Ateliers pratiques à partir des projets des stagiaires (budgets, dossiers, fiches techniques, plans de diffusion, contenus de communication...).
- Travaux en sous-groupes, mises en situation (jeux de rôle, simulations de rendez-vous pros, pitches).
- Supports remis aux participant-es : diaporamas, fiches synthèse, modèles de documents (budgets, contrats, feuilles de route, planning éditorial, etc.), ressources et liens utiles.
- Plateforme partagée (Drive / Notion) pour l'échange des supports et des templates.

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

- Positionnement en début de formation : recueil des attentes, auto-évaluation des compétences.
- Évaluations formatives tout au long du parcours : exercices pratiques corrigés, retours des intervenant-es, quizz, études de cas.
- Évaluations par volet : pitch de positionnement du projet dans le paysage culturel, note d'intention + pitch artistique, budget prévisionnel simplifié et choix de contrats adaptés, feuille de route / mini-bilan de tournée, mini-kit de communication (teaser, affiche, dossier, calendrier éditorial), plan de diffusion, stratégie de billetterie et mail de prospection.
- Évaluation finale globale : présentation synthétique du projet (artistique + production + diffusion) devant le groupe et les formateur-rices, avec grille d'évaluation et feedback.
- Remise d'une attestation de fin de formation mentionnant les compétences travaillées.

Prix : 3000.00