

PROGRAMME DES FORMATIONS CONTINUES





L'ORGANISME SPECIALISE DANS LES FORMATIONS DES ARTS VISUELS ET DE LA CULTURE

Les **formations continues** du Cipac sont proposées aux professionnels de la culture, mais aussi à leurs partenaires, personnels et élus des collectivités territoriales, salariés des entreprises et à tout porteur de projet en lien avec les arts plastiques.

Elles visent trois objectifs complémentaires :

- l'amélioration des connaissances et des compétences
- l'innovation et la prospective
- la transmission des « bonnes pratiques »

Les formations sont programmées et menées par des experts de l'art contemporain et de la culture. Elles recouvrent des domaines comme les relations aux publics, la régie d'œuvres, les droits d'auteur, la commande publique, le partenariat avec les entreprises, l'administration, la communication et la connaissance de l'art contemporain. Les évolutions du secteur et les besoins des professionnels sont pris en compte à chaque nouvelle saison.

Cipac/formation propose également une offre « **à la carte** » en organisant des formations sur mesure pour un public ciblé sur un territoire donné.

Le Cipac est un organisme de formation agréé.

Pour retrouver toutes les informations : www.cipac.net

SOMMAIRE

PROJETS CULTURELS ET ARTISTIQUES

Créer une artothèque	3, 4 décembre 2009	<i>p. 4</i>
Développer des projets de résidences d'artistes	15, 16, 17 mars 2010	<i>p. 5</i>
La commande publique et la procédure du 1%	18, 19 mars 2010	<i>p. 6</i>
Art contemporain en France	19, 20, 21 mai 2010	<i>p. 7</i>

MEDIATION / RELATIONS AUX PUBLICS

Concevoir une médiation pour les jeunes publics	2, 3, 4 décembre 2009	<i>p. 8</i>
Développer les partenariats d'un service des publics	25, 26, 27 janvier 2010	<i>p. 9</i>
La réception de l'œuvre	24, 25, 26 mars 2010	<i>p. 10</i>
Imaginer des dispositifs de médiation	2, 3, 4 juin 2010	<i>p. 11</i>

REGIE / GESTION DE COLLECTION

La production d'œuvres d'art	9, 10, 11 décembre 2009	<i>p. 12</i>
Régie en art contemporain : les fondamentaux	1, 2, 3 février 2010	<i>p. 13</i>
Elaborer un plan de conservation préventive	4, 5 février puis 11, 12 mars 2010	<i>p. 14</i>
Aménagement d'espace et scénographie	5, 6, 7 mai 2010	<i>p. 15</i>

EDITION / DOCUMENTATION

Documenter l'art contemporain	26, 27 janvier 2010	<i>p. 16</i>
Editer et diffuser des catalogues et des livres d'art	26, 27, 28 mai 2010	<i>p. 17</i>

COMMUNICATION

Gérer les relations presse	23, 24 novembre 2009	<i>p. 18</i>
Stratégies de communication dans le secteur culturel	25, 26, 27 novembre 2009	<i>p. 19</i>
Communiquer sur Internet	23, 24, 25 juin 2010	<i>p. 20</i>

DEVELOPPEMENT ET PARTENARIATS

Le mécénat en art contemporain	7, 8, 9 décembre 2009	<i>p. 21</i>
Construire une offre vers les entreprises	15 janvier puis 4, 5 février 2010	<i>p. 22</i>
Développer une société d'amis	3, 4, 5 mai 2010	<i>p. 23</i>

DROIT / ADMINISTRATION

Travailler avec des artistes plasticiens	18, 19, 20 janvier 2010	<i>p. 24</i>
Droit et droits d'auteur	10, 11 juin 2010	<i>p. 25</i>

MARCHE DE L'ART

Obligations réglementaires du commerce des œuvres d'art	22 mars 2010	<i>p. 26</i>
---	--------------	--------------

LANGUES ETRANGERES

Communiquer en anglais	8, 9 mars 2010	<i>p. 27</i>
------------------------	----------------	--------------

MODALITES D'INSCRIPTION

p. 28

PRESENTATION DU CIPAC

Fédération des professionnels de l'art contemporain		<i>p. 29</i>
---	--	--------------

CREER UNE ARTOTHEQUE, DE L'ETUDE DU PROJET A SA MISE EN ŒUVRE

Une artothèque est un outil culturel permettant d'offrir une rencontre privilégiée et directe entre une œuvre d'art et des individus. Elle est également un acteur original de l'aménagement culturel du territoire. Comment monter une artothèque et prendre conscience des enjeux et des compétences requises pour mener à bien un tel projet ?

CONTENU

- Historique des artothèques et de l'association de développement et de recherche sur les artothèques (ADRA)
- Spécificité culturelle et artistique des artothèques dans le paysage institutionnel de l'art contemporain en France
- Analyse de la situation d'un territoire donné
- Définition d'un projet artistique et culturel.
- Présentation des différents statuts juridiques
- Définition d'un budget de fonctionnement et d'investissement
- Réalisation d'un plan d'action : dossier, planning, stratégie...
- Fonctionnement d'une artothèque

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Permettre aux participants d'appréhender le fonctionnement et les enjeux d'une artothèque
 - Identifier les partenaires culturels et financiers sur son territoire
 - Appréhender un territoire
 - Elaborer un projet artistique
 - Construire un dossier complet de présentation de projet
-

Publics

Toute personne envisageant de créer une artothèque ou de développer une activité de prêt d'œuvres. Directeurs de structures, responsables de service au sein de collectivités territoriales

Formateurs

Anne PELTRIAUX

directrice de l'artothèque de Pessac, membre du CA de l'ADRA, association de développement et de recherche sur les artothèques

Claire TANGY

directrice de l'artothèque de Caen, membre du CA de l'ADRA, association de développement et de recherche sur les artothèques

Lieu et date

Paris
Jeudi 3 et vendredi 4 décembre 2009

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

2 jours soit 13h de formation

Frais de formation

580 euros TTC les 2 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

DEVELOPPER DES PROJETS DE RESIDENCES ARTISTIQUES

Quels sont les enjeux liés à une résidence artistique ? Comment penser et développer un projet adapté au territoire ? Cette formation permet d'évaluer la faisabilité d'un tel projet tout en se concentrant sur son objectif principal : le soutien à la création.

CONTENU

Introduction

- Notions historiques sur les résidences pour artistes et curateurs
- Panorama de l'offre actuelle, exemples de fonctionnement et de partenaires récurrents

Préfiguration du projet

- Bien connaître l'environnement et le territoire
- Définition des atouts architecturaux et patrimoniaux du lieu de résidence
- Définir la temporalité d'un projet

Construire son projet

- Elaborer un budget prévisionnel
- Etablir des contrats avec les artistes
- Quelles relations avec les galeries, avec les artistes
- Comment accueillir et accompagner des artistes ou des commissaires en résidence
- Valoriser le séjour des artistes, la production d'œuvre

Visite d'une résidence artistique à Paris,
rencontre avec l'équipe

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître l'offre de résidences au niveau national et international
- Pouvoir construire un projet de résidence artistique
- Formuler son projet suivant le contexte et l'adresse
- Définir le type d'accompagnement
- Savoir faire évoluer son projet

Publics

Toute personne ayant un projet de résidence artistique : indépendant, chargé de mission en collectivités territoriales ou personnel de centres d'art, musées, fondations, galeries.

Formateurs

Julien AMICEL

conseiller indépendant, coordinateur de Extensio, conseil et production de résidences artistiques

Thomas RABANT

avocat au Barreau de Paris, docteur en droit

Lieu et date

Paris

Lundi 15, mardi 16 et mercredi 17 mars 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

LA COMMANDE PUBLIQUE ET LA PROCEDURE DU 1%

Comment maîtriser les aspects réglementaires des procédures pour construire son projet ? Mieux connaître la commande publique et le 1% artistique grâce à des exemples concrets de réalisations et évaluer les enjeux de l'art dans l'espace public.

CONTENU

Introduction

- Les enjeux de la commande publique et de la procédure du 1%
- Quel processus de développement culturel : quel périmètre, quelles ambitions, quels partenariats, quels budgets ?

Panorama de l'art dans l'espace public

- Historique
- Présentation de cas concrets de commande publique et de «1% artistique»
- Questions inhérentes aux œuvres dans l'espace public

Présentation détaillée des deux procédures

- Principales caractéristiques
- Modalités réglementaires : implications du code des marchés publics et du code de la propriété intellectuelle
- Diversité des interventions artistiques possibles

Processus

- Les étapes essentielles du processus de commande et sa mise en œuvre
- Les relations entre le commanditaire, l'artiste et les partenaires
- Programme, cahier des charges, rôle et constitution du comité artistique
- La relation aux artistes : candidatures, projets, désignation du lauréat

Modalités

- Comment examiner les propositions artistiques
- La contractualisation
- Le processus de réalisation de l'œuvre jusqu'à son installation
- La vie de l'œuvre dans le temps (entretien, maintenance, introduction à la question de la sensibilisation des publics)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Maîtriser la réglementation de la commande publique d'œuvre d'art et celle du 1%
- Mener à bien le processus d'une commande d'œuvre
- Evaluer les prolongements de vie de l'œuvre après son installation

Publics

Les responsables de services culturels, de services (marchés publics, travaux, aménagement urbain...), chargés de mission, élus des collectivités territoriales ou toute personne impliquée dans un projet de commande publique ou de 1%.

Formateurs

Françoise DUBOIS

conseillère aux arts plastiques de la DRAC
Nord-Pas-de-Calais

Véronique EVANNO

chef du bureau de l'économie des professions,
Délégation aux arts plastiques du Ministère de la culture et la communication

Lieu et date

Paris
Jeudi 18 et vendredi 19 mars 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

2 jours soit 13h de formation

Frais de formation

580 euros TTC les 2 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

L'ART CONTEMPORAIN EN FRANCE, MODE D'EMPLOI : STRUCTURES, MECANISMES, ACTEURS

Comment les nombreuses structures institutionnelles, associatives et privées organisent, règlent et déterminent le monde de l'art contemporain en France ? Il s'agit de comprendre les mécanismes en jeu et de mieux appréhender les différents acteurs concernés.

CONTENU

- Le développement de l'art contemporain en France
- L'organisation institutionnelle de la culture, de l'Etat central (DAP-DMF-CNAP) à l'Etat déconcentré (DRAC et conseillers aux arts plastiques)
- Missions et rôle des structures d'art contemporain : musées, centres d'art, Frac, artothèques, écoles d'art
- Le marché de l'art en France, les collectionneurs (associations et groupements d'achats)
- Les principales manifestations périodiques d'art contemporain (biennales et foires)
- Les publics de l'art contemporain
- Le statut des artistes
- Dans quelle mesure l'art contemporain s'inscrit-il dans des logiques de développement des territoires (résidences d'artistes, expositions hors les murs, coopérations transfrontalières...)?

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Avoir une connaissance précise du fonctionnement et des réseaux de l'art contemporain en France
 - Comprendre l'environnement culturel, économique et politique du secteur de l'art contemporain
-

Publics

Les responsables de services culturels, chargés de mission et élus en charge de la culture dans les collectivités territoriales, personnels de structures d'art contemporain ou toute personne concernée.

Formateur

Philippe PIGUET

historien, enseignant et critique d'art

Lieu et date

Paris

Mercredi 19, jeudi 20 et vendredi 21 mai 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

CONCEVOIR UNE MEDIATION POUR LES JEUNES PUBLICS

Comment proposer des activités adaptées aux jeunes publics à partir d'œuvres d'art dans un environnement scolaire ou dans un contexte de loisirs ? Cette formation permet de concevoir un programme créatif et un atelier de pratiques artistiques de qualité.

CONTENU

L'espace de la médiation

- Réflexion autour de la transmission
- Nature et sens de la relation entre l'œuvre et les enfants
- Définition d'une ligne de conduite, d'un point de vue

Place et rôle des médiateurs et des artistes

- La relation avec l'enseignant, avec l'animateur, avec le référent
- La relation avec l'artiste

Les techniques et les moyens de mise en oeuvre d'une médiation

- La préparation de la visite : la documentation autour de l'œuvre, la connaissance du public, les objectifs pédagogiques, un programme pour la visite
- La visite : l'accueil, le parcours et les contenus

Concevoir un atelier

- Quand la réception de l'œuvre produit un geste artistique
- Comment créer les conditions pour favoriser une création dans différents médiums ?
- Quelles réflexions sur cette pratique ?
- Concevoir un projet d'initiation plastique en plusieurs séances

Etude pratique

- Présentation d'actions de médiation en direction des scolaires et du jeune public dans des lieux d'exposition
- Présentation d'ateliers en lien avec une exposition
- Témoignages, transmission d'expériences

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Savoir traduire le propos d'un artiste et adapter sa communication aux enfants
- Permettre aux enfants de se situer par rapport aux œuvres et d'avoir une réflexion sur l'art
- Concevoir un atelier adapté aux jeunes publics, scolaires et extra scolaires
- Pouvoir évaluer sa pratique professionnelle

Publics

Les responsables pédagogiques, chargés des publics, les médiateurs chargés d'accompagner le jeune public dans des expositions d'art contemporain ou toute personne concernée

Formateur

Martine GELIS

artiste, enseignante à l'Ecole des beaux-arts de Toulouse.

Lieu et date

Paris
Mercredi 2, jeudi 3 et vendredi 4 décembre 2009

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

DEVELOPPER LES PARTENARIATS D'UN SERVICE DES PUBLICS

Comment envisager les enjeux du partenariat, de manière à inscrire les objectifs et les actions du service des publics dans un contexte élargi ? Comprendre les enjeux des politiques culturelles et aborder les méthodologies du partenariat. Connaître les dispositifs nationaux et les politiques territoriales.

CONTENU

Les enjeux de la médiation

- Définir ses objectifs
- Développer une politique des publics

Connaître son environnement

- Les politiques culturelles, l'action culturelle, la médiation
- Les collectivités territoriales, fonctionnement et organisation

Identifier ses partenaires

- Organisations, organigrammes, prise de décisions, calendriers

Identifier les dispositifs

- Les dispositifs de l'Education nationale
- Les dispositifs du secteur des loisirs
- « Culture à l'hôpital »
- « Culture en prison »
- Les dispositifs locaux, contrats locaux d'éducation artistique

Méthodologie

- Définir un partenariat
- Conventions de partenariat
- Rétro plannings, élaboration de dossiers
- Demandes d'aide financière, demandes de subvention

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Savoir évaluer les enjeux liés à la médiation
 - Connaître ses partenaires
 - Définir ses objectifs de développement de projets
 - Pouvoir évaluer sa pratique professionnelle
-

Publics

Les responsables de services culturels, de services pédagogiques, les chargés des publics et de la médiation ou toute personne concernée

Formateurs

Claire LEGRAND

directrice adjointe, responsable du service des publics, Frac Bourgogne. Vice-présidente d'Un moment voulu.

Intervenants invités

Lieu et date

Paris

Lundi 25, mardi 26, mercredi 27 janvier 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

LA RECEPTION DE L'OEUVRE

De nombreuses interrogations s'imposent au médiateur : comment peut-il intervenir dans l'écart constaté entre l'art contemporain et ses publics ? Quelles sont les caractéristiques de cet écart ? Quels moyens choisir pour le travailler ? De quelle manière faut-il concevoir et mener une visite, un atelier ? Quelles places accorder aux publics ?

CONTENU

A partir de l'analyse de cas précis (ateliers, visites, conférences...), de l'histoire de la médiation et d'échanges avec les stagiaires il s'agira de développer les points suivants :

- Revenir sur les enjeux de la médiation (ses présupposés, son histoire, ses réalités)
- Énoncer les stratégies d'écoute et d'intervention du médiateur (type de discours, attitude, formes et contenus des actions mises en place...)
- Analyser les outils, stratégies et dispositifs disponibles (visites, conférences, ateliers, lecture d'œuvres...) pour le médiateur
- Analyser les situations dans lesquelles il se trouve (face aux publics, au sein de son institution et en relation avec d'autres structures)
- Penser les différences, les atouts et les limites de ces outils et dispositifs pour mieux les choisir, les adapter, les mettre en pratique sans systématiser les approches
- Inviter à une parole libre, stimuler les évocations, les associations d'idées pour revenir sur son parcours et son expérience personnelle
- Réfléchir à des approches spécifiques reposant sur une connaissance approfondie des œuvres (leur contexte d'apparition, l'expérience, leur poétique, leur contexte épistémologique et horizon d'attente, leurs références et interprétations)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Mieux accompagner les publics dans leurs relations à l'art contemporain
- Analyser les modalités de réception des œuvres d'art contemporain
- Préciser les objectifs et les contenus de chaque action de médiation
- Préciser les enjeux fixés, la manière de travailler et envisager son rôle

Publics

Les responsables pédagogiques et médiateurs au sein des structures d'art contemporain, les chargés des publics ou toute personne concernée

Formateur

Emmanuelle CHEREL

docteure en Histoire de l'art, enseignante en Histoire et Théorie des arts à l'École des beaux-arts de Nantes

Lieu et date

Paris
Mercredi 24, jeudi 25 et vendredi 26 mars 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

IMAGINER DES DISPOSITIFS DE MEDIATION

Comment expérimenter diverses actions de médiation ? En interrogeant le rôle du médiateur, sa fonction réelle ou imaginaire. En interrogeant la nécessité de sa présence face aux publics et en questionnant les actions existantes.

CONTENU

A partir des nombreuses variations possibles de la parole du médiateur, jusqu'à son effacement, les dispositifs de médiation seront abordés en lien avec le contexte spécifique des expositions :

Introduction

- Les enjeux de la transmission
- Comment transmettre ?
- Place et rôle du médiateur dans les expositions d'art contemporain

- Inventer de nouveaux dispositifs en fonction de la nature d'un projet artistique
- Définir les conditions de la mise en œuvre des actions
- Analyser les écarts entre conception, pratique et réception

Analyse des actions de médiation

- Les outils de la médiation
- Les situations de médiation
- Les enjeux de la parole
- La médiation orale, écrite, audio et vidéo, performative...

Etudes de cas

- Présentation d'actions de médiation
- Analyse des pratiques

Les dispositifs de médiation

- Comment faire évoluer les dispositifs existants ?
- Quelle place pour de nouveaux dispositifs ?

Cette formation peut être un complément de :
La réception de l'œuvre
24, 25 et 26 mars 2010

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Etre en mesure de proposer de nouvelles actions de médiation
- Evaluer la mise en œuvre de ce type d'actions
- Evaluer sa pratique professionnelle

Publics

Les responsables de services culturels, services pédagogiques, chargés des publics et médiateurs des structures d'art contemporain ou toute personne concernée

Formateurs

Christelle ALIN

responsable du service des publics, Villa Arson, Centre d'art contemporain. Présidente de l'association Un moment voulu

Claire LEGRAND

directrice adjointe, responsable du service des publics, Frac Bourgogne. Vice-présidente de l'association Un moment voulu

Intervenant invité

—

Lieu et date

Paris
Mercredi 2, jeudi 3, vendredi 4 juin 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

LA PRODUCTION D'ŒUVRES D'ART

Participer à la production d'une œuvre d'art est une démarche singulière et complexe. Cette formation permet d'évaluer les moyens à mobiliser, d'avoir conscience des enjeux relationnels, de respecter les impératifs et d'anticiper la vie et la transmission de l'œuvre.

CONTENU

Introduction

- Le contexte de la production : conditions et partenaires
- Résidence, co-production, contractualisation

L'œuvre à produire

- Les matériaux et les techniques
- Note d'intention, fiche technique, cahier des charges
- Anticiper la conservation préventive : la documentation de l'œuvre

Les enjeux relationnels

- Le point de vue de l'artiste
- Le point de vue du commissaire
- Les relations avec la galerie
- Les obligations de la structure

Les moyens

- Le budget de production : montage financier et nouveaux partenaires
- Le mécénat, aide en nature ou service, contribution financière
- Du budget prévisionnel au bilan
- Le contrat de production
- Les conventions de partenariats

L'exposition

- Le lieu d'exposition
- La mise en espace et la valorisation de l'œuvre
- Les questions de conservation
- Les questions de sécurité

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître les conditions de production d'une œuvre d'art
- Maîtriser la chaîne de production et ses partenaires
- Pouvoir envisager les étapes de la vie d'une œuvre : production, exposition, conservation

Publics

Les assistants artistiques, assistants de galeries, responsables de collection, personnels scientifiques ou techniques de structure d'art ou de musée, les régisseurs d'œuvres d'art ou toute personne concernée

Formateur

Jeanmichel JAGOT

consultant artistique, membre de l'association des Commissaires d'Exposition Associés (CEA) et de l'Association Française des Régisseurs d'Œuvres d'Art (AFROA).

Lieu et date

Paris
Mercredi 9, jeudi 10, vendredi 11 décembre 2009

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

LA REGIE EN ART CONTEMPORAIN : LES FONDAMENTAUX

La régie des oeuvres comporte l'ensemble des fonctions relatives à la mise en oeuvre du mouvement de l'oeuvre depuis sa genèse à son entrée dans les collections, jusqu'à sa mise en exposition. Cette formation propose une introduction aux fondamentaux de la régie.

CONTENU

Les principales missions du régisseur d'oeuvres :

Les grands principes de la régie et les missions du régisseur

Les différents types de mouvements d'oeuvres et identification des risques

- Sensibilité des matériaux constitutifs des oeuvres
- Altérations liées aux différents modes de transport
- Gestion des risques
- Protocoles de transport et de manipulation

Les documents administratifs et juridiques liés aux mouvement des oeuvres

- Contrat de prêt
- *Facilities report*
- Constat d'état ...

La spécificité de la Police d'assurance d'oeuvre d'art

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Acquérir les notions essentielles de la régie d'oeuvres d'art
- Pouvoir appréhender les mouvements d'oeuvres
- Connaître les fondamentaux de la gestion de collections

Publics

Les attachés de conservation, assistants de conservation du patrimoine, régisseurs d'oeuvres d'art, personnels scientifiques et technique travaillant sur les collections, assistants de galerie ou toute personne concernée.

Formateurs

Pascale SAMUEL

conseillère pour les musées à la DRAC Limousin, diplômée du Master de conservation préventive de l'université Paris I Sorbonne.

Intervenants invités

Un professionnel du transport
Un professionnel de l'assurance

Lieu et date

Paris
Lundi 1er, mardi 2, mercredi 3 février 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

ELABORER UN PLAN DE CONSERVATION PREVENTIVE

Comment analyser et rationaliser les différents paramètres de conservation des œuvres : conditions environnementales, conditions de stockage et d'exposition, usages des biens... Cette formation permet d'appréhender différentes méthodes d'évaluation des risques en vue d'élaborer, puis de présenter, un plan de conservation préventive.

CONTENU

Introduction

- Qu'est-ce qu'un plan de conservation préventive ?
- Quels objectifs se fixer ?
- Quels sont les avantages et limites d'un plan pluriannuel de conservation des œuvres ?

Les principaux paramètres de conservation des biens

- Conditions environnementales
- Mode de rangement et de conditionnement
- Gestion et suivi des collections

Présentation de 3 méthodes d'évaluation

- Comment choisir une méthode de travail
- Comment construire une observation ?
- Construire une grille d'évaluation
- Comment collecter les informations ?

Définir son plan de conservation préventive

- Mise à jour des problématiques et des améliorations à apporter.
- Construire un planning de travail
- Elaborer un budget prévisionnel
- Présenter son plan de conservation préventive
- Suivre l'évolution et la concrétisation d'un plan de conservation préventive

Collecte des données

Mise en pratique avec une grille d'évaluation (retour des stagiaires sur leur lieu de travail)

Analyse des informations et exploitation des données

- Présentation des outils d'analyse
- Mise en exercice
- Construire une présentation de synthèse : exercice pratique

Mise en œuvre d'un plan de conservation préventive

- Défendre son plan de conservation préventive
- Quel financement ?
- Quels outils et quelles solutions (traitement, emballage, restauration ?)
- Comment choisir ses prestataires

Cette formation est conçue en trois temps :

- deux jours de formation
- retour des stagiaires sur leurs lieux de travail pour une collecte de données
- deux jours de formation avec analyse des situations et des données collectées

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Acquérir les notions essentielles de conservation préventive
- Pouvoir appréhender les besoins sur plusieurs années et fixer les priorités
- Savoir collecter les données nécessaires à la conservation
- Pouvoir construire son plan de conservation préventive

Publics

Les attachés de conservation, assistants de conservation du patrimoine, régisseurs d'œuvres d'art, personnels scientifiques et techniques travaillant sur les collections, assistants de galerie ou toute personne concernée

Formateur

Sylvie RAMEL

restauratrice, diplômée du Master de conservation préventive de l'université Paris I Sorbonne.

Lieu et date

Paris
Jeudi 4 et vendredi 5 février puis jeudi 11 et vendredi 12 mars 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

4 jours soit 26 heures de formation

Frais de formation

1100 euros TTC les 4 jours
Financement pris en charge selon votre statut professionnel

AMENAGEMENT D'ESPACE ET SCENOGRAPHIE

Comment aménager ou réaménager un espace afin qu'il reçoive les œuvres dans de bonnes conditions ? Comment accompagner un projet artistique, un artiste ou un commissaire d'exposition pour valoriser les œuvres et leur offrir une scénographie adaptée ? Cette formation permet d'aborder de façon concrète les rapports de l'œuvre à l'espace construit.

CONTENU

Introduction

- Aménagement d'espace et scénographie
- Accompagner un artiste, accompagner un commissaire d'exposition

- La mise en espace
- La valorisation de l'œuvre
- Les questions de conservation

Le lieu

- Les fondamentaux de l'aménagement d'un lieu pour un espace temporaire ou permanent
- Accueil et circulation des publics
- La signalétique
- L'éclairage
- Les questions de sécurité
- Lieu patrimonial et création contemporaine

La mise en oeuvre

- Elaborer un cahier des charges
- Préparer un calendrier de travail
- Construire un budget prévisionnel
- Coordination des moyens techniques et artistiques
- Place et rôle du maître d'ouvrage
- Le lien au maître d'œuvre, à l'architecte, au scénographe

L'espace d'exposition

- Comment transformer un espace en lieu d'exposition
- Usages et matériaux en scénographie
- La charge symbolique de l'espace (white cube, espace vidéo...)

Visites de lieux sur Paris et sa région proche, rencontres avec des professionnels

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître les usages de l'exposition
- Appréhender l'aménagement d'un lieu en espace d'exposition
- Connaître les rapports des œuvres à l'espace
- Pouvoir coordonner des moyens techniques et artistiques

Publics

Les responsables de structure, les chargés de programmation, les assistants artistiques ou de galeries, responsables de collection, personnels scientifiques ou techniques de structure artistique ou de musée, les régisseurs d'œuvres d'art ou toute personne concernée

Formateur

Jeanmichel JAGOT

consultant artistique, membre de l'association des Commissaires d'Exposition Associés (CEA) et de l'Association Française des Régisseurs d'Œuvres d'Art (AFROA)

Lieu et date

Paris
Mercredi 5, jeudi 6, vendredi 7 mai 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

DOCUMENTER L'ART CONTEMPORAIN

Identifier les sources et repérer les acteurs de l'édition et de la production documentaire en art contemporain. Cette formation permet de développer une documentation pertinente en utilisant au mieux les ressources notamment celles offertes par le web.

CONTENU

Introduction

- Constituer un fonds cohérent : orientations et objectifs

La production éditoriale en art contemporain

- Les éditeurs
- Les collections
- Les revues
- Les acteurs de la librairie spécialisée
- Les livres d'artistes

Le web

- Maîtriser les procédures de recherche sur Internet

- Identifier les ressources documentaires en art contemporain
- Les lieux de diffusion de la création comme source documentaire (France, Europe, USA)
- Présentation du réseau de l'acquisition en ligne d'ouvrages récents ou épuisés

Dossiers et archivage

- Dossiers d'artistes et dossiers d'œuvres
- La documentation comme outil de travail (service artistique, service technique, service des publics)
- Archivage, inventaires et bases de données
- La documentation en accès au public

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître la production éditoriale en art contemporain
 - Appréhender le réseau de diffusion de l'art contemporain et ses potentialités en matière de ressource documentaire
 - Identifier et collecter des ressources sur le web de l'information spécialisée
-

Publics

Les documentalistes, personnes en charge d'une documentation en art contemporain, assistants artistique ou toute personne concernée

Formateurs

Monique NICOL

responsable du Service documentation et édition de l'Institut d'art contemporain de Villeurbanne (1994-2009)

Intervenant invité

Lieu et date

Paris
Mardi 26 et mercredi 27 janvier 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

2 jours soit 13h de formation

Frais de formation

580 euros TTC les 2 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

EDITER ET DIFFUSER DES CATALOGUES ET LIVRES D'ART

L'édition de catalogues d'exposition, de livres d'art ou de livres d'artistes font partie des activités des structures culturelles. Cette formation permet d'anticiper son projet éditorial et de mieux maîtriser la réalisation et la diffusion des ouvrages.

CONTENU

Introduction

- Construire une politique éditoriale

L'édition

- L'édition, la co-édition
- L'édition numérique
- La chaîne éditoriale

La réalisation

- Elaborer un cahier des charges, un rétro planning
- Les relations avec les auteurs, les artistes
- Les relations avec le graphiste, l'imprimeur

La fabrication

- Les contrôles avant publication
- Les dispositifs d'aide à l'édition

La diffusion

- Le réseau de diffusion-distribution du livre d'art
- Aspects techniques et commerciaux de la diffusion-distribution
- Les nouveaux outils de diffusion : mutualisation des éditeurs et mise en réseau des ressources
- Le cas particulier des coproductions

Aspects réglementaires

- Cadre juridique de l'édition
- La coproduction
- Spécificité du livre d'artiste
- Les contrats avec les partenaires
- Le droit d'auteur : texte et visuels
- Les contrats avec les prestataires
- Cadre juridique de la diffusion-distribution

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître les différentes étapes d'un projet d'édition
- Connaître les acteurs professionnels de la chaîne du livre
- Connaître le réseau de diffusion.
- Pouvoir anticiper la conception et la distribution d'un ouvrage

Publics

Les acteurs du secteur artistique et culturel souhaitant développer ou professionnaliser leur service éditorial et trouver des solutions pour mieux diffuser leurs ouvrages ou toute personne concernée

Formateurs

Hélène CLEMENTE

chargée de mission au Syndicat de la librairie française sur les dossiers Numériques et NTIC.

Philippe MAGNANI

responsable du développement au Comptoir des Indépendants, président de Diffuseurs en création.

Lieu et date

Paris

Mercredi 26, jeudi 27 et vendredi 28 mai 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

GERER LES RELATIONS PRESSE DANS LE DOMAINE DE L'ART CONTEMPORAIN

Les relations presse constituent un outil de communication indispensable pour faire connaître ses activités et participer à la valorisation de ses actions. Comment les créer et les développer tout en les adaptant au contexte spécifique de l'art contemporain d'aujourd'hui ?

CONTENU

Introduction aux relations presse

- Identification de la presse française nationale et de la presse internationale
- Presse générale et presse spécialisée culture et art
- Les différents types de supports
- Les journalistes
- Les agences de presse et les attachées de presse

Développer ses relations presse

- Comment construire des relations avec la presse locale, nationale, internationale
- Comment constituer un fichier presse
- Comment faire vivre un fichier presse

- Pourquoi faire appel à une agence de presse ou à un professionnel extérieur
- Construire les relations presse d'une structure à l'année
- Optimiser ses relations presse sur un événement

Optimiser ses outils de communication

- Mettre en place un rétro planning cohérent
- Rédiger un communiqué de presse
- Constituer un dossier de presse
- Organiser des conférences de presse, des déjeuners de presse, des voyages de presse

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre les enjeux des relations avec la presse
 - Comprendre et optimiser le rôle et les missions de chacun des acteurs
 - Appréhender les outils des relations presse
 - Définir sa stratégie de relations presse
-

Publics

Les responsables et chargés de la communication, des relations avec la presse au sein des structures d'art contemporain et toute personne concernée

Formateur

Dolorès Gonzalez, chargée relations presse au Palais de Tokyo (Paris)

Lieu et date

Paris
Lundi 23 et mardi 24 novembre 2009

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

2 jours soit 13h de formation

Frais de formation

580 euros TTC les 2 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

STRATEGIES DE COMMUNICATION DANS LE SECTEUR CULTUREL

Quels sont les différents enjeux de la communication culturelle ? Cette formation permet de définir ses objectifs, d'orienter son image, de proposer une communication pertinente en accord avec les contenus artistiques.

CONTENU

- Quels objectifs pour un service communication ? ces objectifs sont-ils tous compatibles ?
 - Une communication pour informer ? pour donner envie ? pour valoriser ?
 - La communication est-elle synonyme de promotion ?
 - Quels sont les enjeux de la création d'une identité visuelle pour un lieu, une structure ?
 - Peut-on être créatif quand on présente des créateurs ?
 - Définition des cibles de la communication : public existant et connaisseur, nouveaux publics, public local, public national...
 - Quels outils pour quelles cibles ?
 - Comment communiquer auprès des tutelles ? auprès de ses partenaires ?
 - Quels rapports entre service des publics et service communication ?
 - Comment faire exister communication institutionnelle et communication événementielle ?
 - Quelle communication au sein d'une structure ? signalétique, cartel, fiches de visite...
- Etudes de cas et analyse des pratiques

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître les enjeux de la communication
- Connaître les différentes cibles de la communication culturelle
- Connaître les outils et les moyens mis à la disposition des objectifs du communicant
- Définir ses objectifs pour construire une stratégie

Publics

Les responsables de la communication et des relations extérieures au sein des structures culturelles ou toute personne concernée

Formateur

Cyril DUCHENE

responsable du développement et du marketing au Centre national de la danse

Lieu et date

Paris

Mercredi 25, jeudi 26 et vendredi 27 novembre 2009

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

COMMUNIQUER SUR INTERNET

Cette formation aborde les enjeux et les spécificités de la communication sur Internet, en analysant le fonctionnement, les principes et les règles de la diffusion de l'information sur le web.

CONTENU

Introduction

- La communication sur Internet
- Typologie des supports multimédia
- L'information numérique

Site Internet

- Un site web pour quoi faire ?
- Comment penser et construire les contenus : textes, images...
- Comment structurer son information sur le web

Newsletter

- Les essentiels d'une newsletter efficace : format, contenu, fréquence...

Cadre juridique

- Les différents contrats
- Acquisition d'un nom de domaine
- Obligations légales
- Loi informatique et liberté
- Diffusion et reproduction d'œuvres

Les relations avec les prestataires

- Le graphiste, le développeur, l'administrateur

La gestion du site Internet

- Hébergement, administration, évolutions, renouvellement

Etudes de cas et analyse des pratiques

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Mieux définir sa stratégie de communication multimédia
- Comprendre les nouvelles fréquences de diffusion de l'information via le numérique
- Pouvoir gérer le développement d'un projet Internet
- Connaître les aspects juridiques liés à un site Internet, à une newsletter

Publics

Les responsables de la communication au sein des structures culturelles, les personnes chargées de la gestion de sites Internet ou toute personne concernée.

Formateurs

Cyril DUCHENE

responsable du développement et du marketing au Centre national de la danse

Olivier DE BAECQUE

avocat au barreau de Paris, membre de Art et Droit

Lieu et date

Paris

Mercredi 23, jeudi 24, vendredi 25 juin 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge selon votre statut professionnel

—

LE MECENAT EN ART CONTEMPORAIN

Le mécénat est aujourd'hui un élément incontournable dans la stratégie de développement d'une structure. Comment envisager des actions de mécénat adaptées au secteur de l'art ? Quelles réglementations et quelles stratégies ?

CONTENU

Le cadre juridique et fiscal

- La loi du 1er août 2003 relative au mécénat
- Le rescrit fiscal : définition, procédure
- Les conséquences en terme de fiscalité

Les différents types de mécénat

- Mécénat financier
- Mécénat de compétence
- Mécénat en nature

La recherche de mécénat

- La réflexion stratégique
- Définir sa politique de recherche de fonds ainsi que les projets artistiques, d'actions éducatives sur lesquels elle s'appuie
- Le montage de dossier
- Méthodologie et cas pratique de réalisation de dossiers
- La prospection
- Identifier et connaître ses futurs mécènes : entreprises, fondations...
- Entrer en contact avec les mécènes, les solliciter

Les relations avec le mécène

- Le cadre juridique : la convention
- Les contreparties
- Un lien privilégié

Le parrainage

- Ses spécificités par rapport au mécénat : juridique, champ d'application...
- La location d'espaces
- Les différents secteurs de la location d'espaces : événementiel, tournages, shootings photos, séminaires...
- Référencement / prospection / suivi logistique, administratif et commercial

Les autres pistes de recettes

- Produits dérivés, recettes publicitaires, gestion du bar

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre les différents types de mécénat et leurs modes de fonctionnement
 - Etre en mesure de mettre en place une politique de mécénat au sein d'une structure d'art contemporain
-

Publics

Les responsables opérationnels au sein des structures d'art contemporain : notamment les responsables des relations extérieures, des relations publiques, de la communication, de l'administration ou toute personne concernée

Formateur

Anne-Gaële DURIEZ-DE-BAECQUE

chargée de mécénat au sein de l'Association pour le développement du Centre Pompidou

Lieu et date

Paris

Lundi 7, mardi 8 et mercredi 9 décembre 2009

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

CONSTRUIRE UNE OFFRE VERS LES ENTREPRISES

Mieux comprendre le monde des entreprises permet de construire des partenariats efficaces. Cette formation propose de replacer l'art au cœur du partenariat, afin de construire des échanges pertinents et enrichissants pour la structure culturelle.

CONTENU

Art et entreprise

- Découvrir le milieu des entreprises, connaître leurs enjeux actuels pouvant rencontrer les thèmes de réflexion de l'art contemporain
- Identifier les processus et les critères de décision des chefs d'entreprises, selon les cultures et les secteurs d'activité
- Explorer les grandes fonctions de l'entreprise et identifier les partenaires et décideurs possibles
- Imaginer les modalités de partenariats et d'offres de prestations dans un esprit de relations mutuellement bénéfiques

Construire une offre

- Apprendre à connaître les entreprises de sa région
- Connaître et valoriser ses atouts, identifier les opportunités
- Définir une tactique d'approche
- Construire une relation
- Ecouter les besoins, les attentes et les désirs des entreprises
- Construire une offre et un plan d'action

La formation alternera transmission orale et ateliers pratiques

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Découvrir le monde des entreprises
 - Comprendre les modes de décision, le fonctionnement et les besoins des entreprises
 - Pouvoir construire une stratégie d'approche des entreprises et des modalités de partenariats
-

Publics

Les responsables opérationnels au sein des structures d'art contemporain : notamment les responsables de la communication, du développement extérieur, de la gestion, des relations avec les publics ou toute personne concernée

Formateur

Christian MAYEUR

directeur d'Entrepart, auteur de l'ouvrage intitulé "Le manager à l'écoute de l'artiste", 2005 (Editions d'Organisation)

Lieu et date

Paris
Vendredi 15 janvier, puis jeudi 4 et vendredi 5 février 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

DEVELOPPER UNE SOCIETE D'AMIS

La création d'une société d'amis permet de rassembler un public privilégié autour d'une structure artistique et culturelle. Comment créer et développer une entité qui puisse proposer des actions pertinentes tout en contribuant au rayonnement de la structure ?

CONTENU

Cadre législatif

- Choisir la forme juridique adaptée
- Définir les liens juridiques avec la structure culturelle mère
- Qualité et statuts des adhérents individuels et collectifs

Organisation et financement

- Les relations avec la structure culturelle mère
- Les relations avec l'équipe existante : direction, service des publics, service communication
- Quelles relations avec les adhérents, les bénévoles ?
- Faire vivre la société d'amis : fonctionnement, coordination, programmation
- Comment financer les actions : cotisations, dons, legs
- Être reconnu d'intérêt général : mécénat culturel et avantage fiscal

Publics et actions

- Connaître ses publics : particuliers, groupes, entreprises
- Construire un programme d'activités : quelles actions, quels avantages ?
- Quel soutien à la structure : achat d'œuvres, production de pièces, édition, bourse à la création...

Communication

- Construire son identité : association, cercle, comité, société
- Créer ses propres documents de communication : programme, lettre, newsletter, site Internet...
- Recherche de partenaires
- Les Groupements d'associations ou de sociétés d'amis de musées en France et à l'étranger

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître le cadre législatif de la création d'une société d'amis au sein d'une structure artistique
- Pouvoir construire un programme d'actions adaptées au contexte
- Elaborer une communication pertinente
- Développer des partenariats en lien avec la société d'amis

Publics

Toute personne ayant pour projet de développer une société d'amis au sein d'une structure artistique existante (musée, fondation, association). Les personnes en charge des relations extérieures et du développement des structures culturelles

Formateur

Lieu et date

Paris
2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

TRAVAILLER AVEC DES ARTISTES PLASTICIENS

Comment gérer ses relations avec les artistes plasticiens, connaître leurs statuts et leurs droits. Distinguer les différentes obligations qui incombent aux structures dans le cadre de leurs relations avec des artistes français ou étrangers.

CONTENU

Connaître les artistes plasticiens : le statut d'auteur

- Typologie des activités et des situations rencontrées : workshops, ateliers, résidences, bourses de création...
- Le champ d'application de la Maison des Artistes et de l'AGESSA
- Les notions d'affiliation et d'assujettissement
- La notion d'œuvre de l'esprit du point de vue juridique (CPI) et du point de vue fiscal (CGI)
- Le statut social et fiscal des artistes : obligations déclaratives, démarches
- Les auteurs et la gestion collective : les sociétés de perception et de répartition des droits d'auteurs
- Les activités accessoires des artistes plasticiens

Comment travailler avec des artistes plasticiens

- Renforcer ses relations contractuelles : les contrats (production, commande, édition), les conventions
- Qu'est-ce qu'un diffuseur ? déclaration d'existence, numéros d'immatriculation, obligations, le précompte, contribution 1%
- Les différentes formes de rémunération : notes de droits d'auteur, notes d'honoraires, factures, salaires
- La TVA : les différents taux, la franchise
- La réglementation du travail et la définition du salariat : la distinction entre travailleur indépendant et travailleur salarié.
- Travailler avec des artistes français : obligations des diffuseurs
- Travailler avec des artistes étrangers

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître le cadre social, fiscal et juridique de l'activité des artistes plasticiens
- Maîtriser les situations complexes de pluriactivité
- Connaître les responsabilités et les obligations légales de la structure (achat d'œuvres, rémunération, versement d'indemnités, allocations de création...)
- Connaître le cadre réglementaire en matière de rémunérations
- Formaliser des outils contractuels appropriés

Publics

Les directeurs, les administrateurs, les chargés d'administration de structures d'art contemporain et toutes personnes en relation directe avec les artistes.

Formateurs

Jean-Louis PATHEIRON

directeur adjoint Premier'Acte, auteur du Guide de l'employeur culturel (Éditions AGECE/JURIS)

Grégory JEROME

responsable du service Etude et Accompagnement de projet, OGACA, agence conseil auprès des entreprises culturelles

Lieu et date

Paris

Lundi 18, mardi 19 et mercredi 20 janvier 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

3 jours soit 19h30 de formation

Frais de formation

860 euros TTC les 3 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

DROIT ET DROITS D'AUTEUR

Qu'est-ce que le droit d'auteur ? Comment tenir compte des situations de création et répondre au mieux contractuellement ? La formation répond aux questions fondamentales afin de gérer au mieux les relations avec les artistes.

CONTENU

- Qualification des situations d'interventions et conséquences sur le mode de rémunération (productions, résidences, ateliers, conférences...)
- Régime fiscal et social spécifique des artistes auteurs, obligations qui en découlent pour les diffuseurs (précompte et 1%)
- Les acteurs : AGESEA, Maison des Artistes, URSSAF, sociétés d'auteurs
- Evaluer les risques liés à la qualification des rémunérations perçues (honoraires, droits d'auteur, salaires)
- Droit d'auteur, droit des auteurs
- La relation contractuelle et ses différentes formalisations, les types de contrats (production, dépôt, acquisition, cession de droits...)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître les cadres législatifs et réglementaires s'appliquant à la rémunération des artistes et des auteurs selon les modalités de leurs interventions
- Appréhender les spécificités des oeuvres de l'esprit et leurs conséquences sur les contrats
- Savoir anticiper les risques (obligations liées à l'acquisition ou au dépôt d'une oeuvre d'art, droit moral, étendue de la cession de droits d'auteurs)

Publics

Les directeurs de structures d'art, les administrateurs, les chargés d'administration ou toute personne concernée

Formateurs

Pascal MURGIER

chef du bureau du statut de l'artiste, Délégation aux arts plastiques, Ministère de la culture et la communication

Thomas RABANT

avocat au Barreau de Paris, Docteur en droit

Lieu et date

Paris

Jeudi 10 et vendredi 11 juin 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

2 jours soit 13h de formation

Frais de formation

580 euros TTC pour les 2 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

—

OBLIGATIONS REGLEMENTAIRES DU COMMERCE DES ŒUVRES D'ART

La vente d'œuvres d'art s'inscrit dans un cadre législatif précis et complexe. Quelles sont les obligations liées au marché de l'art et particulièrement à la TVA ? Quelles relations établir avec les artistes ? autant de questions auxquelles cette formation répond.

CONTENU

Les obligations liées à la TVA

- Définition des oeuvres d'art originales, législations française et européenne, présentation du régime spécifique pour la vente d'œuvres d'art, régime de la marge (marge réelle et marge forfaitaire)

Les relations intracommunautaires

- Relations avec les artistes et entre galeries d'art, déclaration d'échanges de biens...

Les bordereaux de vente

- Seuils d'application et formalités indispensables pour le vendeur et l'acheteur

Le registre de police

- Mentions obligatoires, peines encourues, validation du registre

Exportation des oeuvres d'art et protection du patrimoine

- Seuils de valeur, passeports et licences

Les taxes

- Taxe forfaitaire sur les plus-values, taxe forfaitaire et régime général des plus-values, les formulaires

Les contrats

- Recommandations pour établir un contrat : contrat à durée limitée, contrat de promotion sur le long terme, les relations avec les autres galeries, les ventes à l'atelier

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Posséder des informations pratiques sur les aspects réglementaires du commerce de l'art
 - Connaître l'ensemble des obligations réglementaires qui encadrent le métier de galeriste
-

Publics

Toute personne en charge de la vente d'œuvre d'art, galeristes et professionnels cherchant à monter une galerie d'art.

Formateur

Marie-Claire MARSAN

déléguée générale du Comité professionnel des galeries d'art

Lieu et date

Paris
Lundi 22 mars 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

1 jour soit 6h30 de formation

Frais de formation

300 euros TTC la journée
Financement pris en charge
selon votre statut professionnel

COMMUNIQUER EN ANGLAIS

Les professionnels du secteur culturel communiquent régulièrement en anglais que ce soit avec des artistes ou des partenaires étrangers. Comment améliorer sa communication en anglais, en affinant son vocabulaire et en maîtrisant les expressions appropriées au monde de l'art.

CONTENU

- Savoir se présenter
- Savoir présenter sa structure, son projet culturel, son projet artistique
- Les grandes notions en art contemporain : vocabulaire et expressions
- La relation à l'artiste
- La relation à l'œuvre : la qualifier, la décrire
- L'environnement professionnel de l'artiste
- La presse spécialisée, la critique d'art
- Echanger, argumenter, développer

Il est important d'avoir un niveau intermédiaire d'anglais pour accéder à cette formation : savoir comprendre et parler un anglais courant.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Pouvoir s'exprimer en anglais à propos de projets artistiques et culturels
- Assimiler le vocabulaire depuis la relation à l'artiste et l'œuvre en passant par la présentation du projet culturel, jusqu'à la préparation de la médiation
- Pouvoir mener un projet avec des partenaires internationaux : artistes ou structures d'art contemporain via une communication précise sur les termes à employer en anglais

Publics

Les responsables de projets, responsables de communication ou tout professionnel des arts visuels ayant besoin de communiquer en anglais.

Formateur

Eran GUTERMAN

chargé de communication au Centre d'art contemporain d'Ivry

Lieu et date

Paris

Lundi 8 et mardi 9 mars 2010

Horaires

9h30-12h30 / 14h-17h30

Durée

2 jours soit 13h de formation

Frais de formation

580 euros TTC les 2 jours

Financement pris en charge

selon votre statut professionnel

MODALITES D'INSCRIPTION

1/ **REPLIR LE BULLETIN** : une fois la procédure de demande de formation engagée auprès du bon interlocuteur (employeur, service des ressources humaines, organisme de collecte des fonds de formation -OPCA-, Pôle emploi...) vous pouvez télécharger le bulletin sur www.cipac.net et nous le retourner complété par courrier à :

Cipac/formation
32 rue Yves Toudic
75010 Paris

ou par mail à : formation@cipac.net
ou par fax au : 01 44 79 10 86

2/ **PRÉ-INSCRIPTION** : à réception du bulletin dûment rempli - et selon les places disponibles - nous faisons parvenir au financeur de la formation, un devis ainsi qu'une convention de formation.

3/ **CONFIRMATION** : l'inscription à la formation devient définitive dès que le règlement ou un accord de prise en charge (bon de commande) nous est retourné accompagné de la convention signée. Ceci avant que ne commence la formation.

4/ **CONVOCATION** : les informations pratiques concernant la formation sont envoyées au stagiaire par mail une semaine avant qu'elle ne commence.

FINANCEMENT DES FORMATIONS

Accessible à tous, la formation continue permet d'acquérir de nouvelles compétences, de faire évoluer ses missions, de se professionnaliser ou de se réorienter. Le financement peut être pris en charge et dépend de votre statut : salarié, travailleur indépendant ou en recherche d'emploi. Pour cela différents dispositifs existent. Renseignez-vous auprès de votre employeur, de votre service des ressources humaines, auprès des organismes de collecte des fonds de formation (les OPCA) ou de votre Pôle emploi.

Frais de formation

une journée	300 € TTC
deux journées	580 € TTC
trois journées	860 € TTC
quatre journées	1 100 € TTC

INFORMATIONS PRATIQUES

Lieu

Toutes les formations du programme ont lieu à Paris.

Horaires

9h30/12h30 puis 14h/17h30.

Durée

La durée des formations de 1 à 4 jours selon le programme.

Heures de formation

Pour 1 jour : 6h30 de formation
Pour 2 jours : 13h de formation

Pour 3 jours : 19h30 de formation
Pour 4 jours : 26h de formation

—

CIPAC

FEDERATION DES PROFESSIONNELS DE L'ART CONTEMPORAIN

Le Cipac réunit les professionnels engagés dans l'accompagnement des artistes, la production, la diffusion d'œuvres d'art et la médiation auprès des publics. Seize associations professionnelles sont aujourd'hui membres du Cipac : les directeurs de centres d'art, de musées, de Frac, d'écoles d'art et de classes préparatoires, les galeristes, les commissaires d'exposition, les responsables d'artothèques ou de bibliothèques spécialisées en art, les critiques d'art, les enseignants d'écoles d'art, les médiateurs et les chargés des relations auprès des publics, les régisseurs et restaurateurs d'œuvres.

Elles représentent **1.600 professionnels** travaillant dans le secteur de l'art contemporain en France **et 550 structures culturelles** (musées, galeries, écoles d'art, artothèques, centres d'art, Frac, bibliothèques...)

Le Cipac soutient et développe la vie de l'art contemporain en France, favorise une meilleure connaissance du secteur et contribue à la structuration du milieu professionnel.

UNE PLATE-FORME NATIONALE DE REFLEXION

Le Cipac travaille de façon permanente sur des problématiques essentielles pour les acteurs de l'art contemporain : les droits d'auteur, les collaborations avec le secteur privé, les relations avec les élus ou la structuration du secteur, en réunissant des professionnels, des artistes, des responsables institutionnels et politiques, des experts.

L'action du Cipac permet au champ de l'art contemporain d'être représenté dans des instances nationales et européennes. Ainsi, le Cipac est membre du Centre National d'Appui et de Ressources Culture (CNAR Culture), qui apporte un appui aux Dispositifs Locaux d'Accompagnement (DLA) et favorise la création et le développement des emplois dans le secteur culturel.

Le Cipac est membre titulaire du Conseil national de la vie associative (CNVA), au sein duquel il représente les arts plastiques. Enfin il est membre du Forum Européen pour les Arts et le Patrimoine (FEAP) chargé d'assurer la représentation des organisations culturelles, des opérateurs et des artistes au niveau européen.

DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Le Cipac organise régulièrement des séminaires, des journées d'études ou des débats sur des thèmes d'actualité pour le secteur : informations juridiques, politique culturelle, apports sociologiques... Régulièrement le congrès du Cipac constitue le grand rendez-vous professionnel et institutionnel des acteurs de l'art contemporain en France.

DES OUTILS DE DIFFUSION DES INFORMATIONS

Le Cipac informe régulièrement les professionnels de son réseau de l'actualité juridique, réglementaire et politique. Il rend public des ressources et des documents. Il favorise et encourage les relations entre les professionnels des arts visuels et les partenaires publics et privés.