



La diffusion à l'international d'un spectacle peut être une opportunité de développement et un axe de réflexion pour les compagnies et les artistes. Or elle nécessite une motivation forte et un projet clairement défini en amont. Les relations avec les interlocuteurs étrangers, en Europe ou ailleurs, conduiront les producteurs à identifier leurs objectifs et à adapter leurs méthodologies.

Ensemble, nous examinerons les stratégies d'une diffusion à l'international et tous les moyens spécifiques qu'elle requiert, en amont et pendant la tournée. Nous identifierons également les différents réseaux et interlocuteurs avec lesquels les producteurs seront amenés à coopérer, en nous appuyant sur les dispositifs d'aides existants.

Cette formation propose une réflexion sur un projet de développement à l'international, tout en offrant une information précise sur les méthodes et les outils pour accompagner les équipes à la mobilité et la circulation des œuvres.

**Deux jours consécutifs en présentiel**  
13 et 14 septembre 2018

**Formatrice**  
Karine Branchélot

**Horaires**  
9h30-12h30 / 13h30-17h30

**Évaluation**  
Formatives et sommatives : étude de cas, construction d'outils, quiz.

**Lieu**  
Locaux de CCMIFER  
388 boulevard J.-J. Bosc  
33130 Bègles

**Coût**  
500€ - Possibilité de faire une demande de financement auprès de votre CPCA.

**Contact**  
Julia Vincent  
Responsable formation  
02 72 01 21 99



## Programme de formation

### La diffusion à l'international d'un spectacle

**PUBLIC**  
Professionnels en charge de la diffusion de spectacles au sein d'une structure de spectacle vivant

**OBJECTIFS DE FORMATION**

- Reconnaître et concevoir les stratégies d'une diffusion à l'international
- Comprendre le fonctionnement des différents réseaux et s'adapter à ses interlocuteurs
- Maîtriser la méthodologie et les outils nécessaires à la diffusion à l'international

**PROGRAMME**

**IDENTIFIER LES ENJEUX D'UNE TOURNÉE À L'INTERNATIONAL**

- Déterminer les raisons d'une diffusion à l'international pour sa structure
- Analyser ses besoins artistiques, médiatiques, budgétaires, relationnels, réseaux...
- Identifier les demandes et définir son projet et sa stratégie
- Revenir ses moyens (disponibilités, budgets, équipe, partenaires...)

**ADAPTER SES MÉTHODES ET SES OUTILS**

- Créer des outils de travail pour répondre aux besoins spécifiques d'une relation avec des interlocuteurs étrangers
- Utiliser les moyens de communication adaptés à ses interlocuteurs
- Anticiper et organiser la logistique
- Définir son prix de vente

**IDENTIFIER LES INTERLOCUTEURS SPÉCIFIQUES**

- Connaître les différents interlocuteurs
- Différencier leurs missions, leurs organisations et leurs moyens

**METTRE EN ŒUVRE UNE TOURNÉE INTERNATIONALE**

- Connaître la faisabilité internationale du spectacle
- Organiser la circulation des artistes et des spectacles
- Mettre en place un plan média
- Véloriser la réalisation d'une tournée à l'étranger