

Stratégie de levée de fonds privés

PUBLIC

Professionnels exerçant dans le secteur des musiques actuelles, au sein de structures n'excédant pas 25 salariés : directeurs de structure culturelle, administrateurs, chargés de la recherche de nouveaux financements, chargés ou responsables communication

MÉTHODE

Alternance d'apports théoriques et d'exemples de mise en application.

Pour cela les participants sont invités à apporter un exemple de projet culturel pour lequel ils souhaitent collecter des fonds auprès du secteur privé.

PRÉ-REQUIS

Connaissance du secteur spectacle vivant et des musiques actuelles.

Connaissances de base en communication.

Implication professionnelle dans des événements culturels impliquant des financements pluriels : subventions publiques, recettes propres, financements privés, sociétés civiles...

Connaissances de base sur le montage budgétaire de projets culturels et leurs composantes.

OBJECTIFS

Introduction, définition et enjeux du fundraising, chiffres clés.

Différences entre partenariat et mécénat.

Les règles fiscales, le crowdfunding, limites du fundraising.

Le fundraising : le travail de qui ?

Les différents métiers, les qualités du fundraiser, un travail d'équipe.

Identifier et cibler ses projets, identifier les objectifs et les valeurs de son projet, identifier ses besoins.

Evaluer et choisir les projets présentés, identifier des partenaires et mécènes potentiels.

Identification et qualification de son territoire, cibler des entreprises, identifier les décideurs.

Le travail de veille, les réseaux.

Monter un dossier de recherche de partenaires, traduire ses valeurs, valoriser et présenter son projet.

Adapter son propos, formuler ses besoins.

Valoriser les contreparties et formuler l'offre, élaborer des propositions originales.

Transmettre son projet dans un dossier de prospection, construire son discours, préparer ses rendez-vous.

Identifier les besoins des entreprises : interne et externe, image, RSE et citoyenneté...

Apprendre à convaincre, imaginer des synergies.

Contractualiser avec une entreprise, rédaction de la convention.

Implication des équipes, fidélisation.

Les outils du fundraising

Communiquer sur ses partenariats

Evaluer sa campagne de fundraising

Reconductions et perspectives.

Etudes de cas.

INTERVENANTE

Magali Malnovic, agence Les Synergies Créatives

Consultante en stratégies de communication, de mécénat et de partenariats entreprises en direction de structures culturelles dédiées au spectacle vivant.

MODULES DE PERFECTIONNEMENT

pouvant être suivis suite à cette formation

Le crowdfunding / 2 jours / 14 heures

Le dossier de prospection / 2 jours / 14 heures

Préparation des rendez-vous / 1 jour / 7 heures

VALIDATION

Attestation de formation

DURÉE

3 journées de 7 heures / soit un total de 21 heures [dont 2 jours consécutifs]

DATE

session à la demande

NOMBRE DE PARTICIPANTS

De 5 à 10

LIEU

REMCA Formations - la Cartonnerie - 84 rue du Docteur Lemoine 51100 REIMS

CONTACT

Séverine DONNET / assist.adm@cartonnerie.fr / T. 03.26.36.72.45



LA CARTONNERIE

SCÈNE DES MUSIQUES ACTUELLES / REIMS

84 RUE DU DR. LEMOINE 51100 REIMS | T. 03 26 36 72 40

WWW.CARTONNERIE.FR