

Formation « Création et fabrication de produits exclusifs pour une boutique de site culturel ou touristique » **Paris, 24 et 25 novembre 2015**

Présentation générale de la formation

Une boutique de site culturel ou touristique peut être considérée comme un espace de visite supplémentaire au parcours muséologique ou de découverte d'un lieu, d'un territoire ; il est donc indispensable d'y présenter une offre de produits identitaires en rapport étroit avec les espaces visités ou le territoire à découvrir.

Les produits exclusifs – marqués du logo ou de l'icône du lieu, dérivés à partir d'éléments patrimoniaux – renforcent l'image de la boutique. Éditer de tels produits implique créativité, disponibilité, gestion rigoureuse, connaissance de la clientèle comme des process de fabrication, ...

Cette formation permettra aux stagiaires de mieux connaître le langage, les contraintes de fabrication et d'instaurer un dialogue efficace, concret avec les fournisseurs, qu'ils soient designers graphistes, fabricants, importateurs...

La formation est encadrée par **Cécile Vignesoult**, Consultante en marketing et gestion culturels et créatrice des boutiques et des lignes de produits de la Comédie-Française, et **Joëlle Marty**, Vice-Présidente de l'Association Museum & Industries.

Cette formation s'adresse à tous les responsables de boutique et gestionnaires de sites culturels et touristiques souhaitant développer des lignes de produits spécifiques.

24 novembre 2015

09h30 – 10h00 : Accueil, tour de table des participants et présentation de la formation

10h00 – 10h30 : Identité de marque

- Fonctions et valeur
 - pour le consommateur
 - pour l'équipement
- Construction de la marque
 - chaînage
 - identité et image
 - positionnement
 - expression de l'identité

10h30 – 11h15 : Déontologie : respect de l'équipement et de ses collections

- Quelques questions
 - reproduction d'œuvres
 - boutique dans les surfaces d'exposition d'œuvres
 - lieux de mémoire et boutique
 - utilisation d'œuvres d'art pour des créations « décalées »
 - PLV
- Étude d'une dérive : l'hippopotame égyptien
 - reproduction en 3D
 - produits divers
- Rôle de l'équipe scientifique
 - systèmes de valeurs
 - défis de la boutique
 - rôle de l'équipe scientifique
 - sensibilisation

11h15 – 12h00 : Catégories & typologie de produits

- catégories
 - négoce
 - exclusifs : griffés, dérivés
 - analyse SWOT de ces 3 catégories
 - équilibrage
- typologie
 - librairie, publication
 - multimédia
 - ludo-pédagogique
 - reproduction
 - réédition, récréation
 - produit d'interprétation
 - produit griffé
 - produit de création, d'artisanat d'art
 - produit de terroir

12h00 – 13h00 : Lignes éditoriales

- Identité visuelle de la boutique
 - chaîne signalétique
 - exemple de déclinaison institutionnelle
 - déclinaison sur tous les outils de commercialisation et de communication
- Développement des univers, lignes, familles de produits
 - définitions
 - intérêt de la logique d'univers / lignes de produits
- Rôle d'un graphiste, d'un designer
 - graphiste
 - designer
- Étapes de la commande graphique
 - rédaction du cahier des charges
 - devis
 - création et validation des avant-projets sommaires
 - création et validation des maquettes
 - réalisation
- Rétroplanning

13h00 – 14h30 : Repas pris en commun avec partage d'expérience d'un designer graphiste invité

14h30 – 15h30 : Lignes éditoriales - suite

- Exemples de lignes de produits
 - logo
 - icône
 - bâtiment
 - collections
 - territoire
 - typographie
 - personnage
 - us et coutumes
 - décalage
 - ...
- Exemples de produits de créateurs, de designers
 - expositions temporaires
 - collections
 - concours

15h30 – 17h00 : Ciblage de la clientèle, positionnement et constitution de l'offre

- Segmentation et ciblage
 - touristes non impliqués
 - connaisseurs impliqués
 - résidents
 - institutionnels et professionnels
 - ...
- Positionnement
 - positionnement et différenciation par les lignes de produits exclusifs
 - exemples
- Constitution de lignes de produits par cible
 - en fonction du positionnement du site

- selon la place en boutique
- par famille de produits
- par catégorie de produits
- par gamme de prix

17h00 – 17h30 : Fabrication des produits exclusifs

- Fonction achats
 - impact
 - schéma
- Techniques de fabrication
 - matières et supports
 - métiers
 - techniques de marquage
- Analyse des besoins et sourcing
 - analyse de l'assortiment de produits exclusifs
 - recherche de produits
 - typologie des fournisseurs
 - zones géographiques de sourcing

17h30 : Fin de la 1^{ère} journée de formation

25 novembre 2015

09h30 – 11h00 : Fabrication des produits exclusifs – suite

- Consultation et contractualisation
 - composition du dossier de consultation
 - spécifications du besoin
 - décomposition du prix unitaire
 - analyse des offres et choix du fournisseur
 - établissement du bon de commande
- Fabrication
 - établissement d'une fiche produit
 - étapes de fabrication
 - rôle du fabricant
- réglementation, normes & labels
 - définitions
 - réglementation : responsabilité, marquage
 - normes
 - labels
- Trucs et astuces pour étoffer une offre sans frais de création
 - réutilisation
 - étiquette personnalisée
 - produit additionnel
 - série limitée
 - service d'impression à la demande – bornes
 - ...
- Contrôle de la performance fournisseur
 - Indicateurs
 - bilan de la relation avec un fournisseur

11h00 – 13h00 : Gestion des produits exclusifs

- Cycle de vie d'un produit
 - développement
 - introduction
 - croissance
 - maturité
 - déclin
- Modalités de fabrication
 - édition en propre
 - coédition
 - édition par le concessionnaire de la boutique
 - licence
- Droit d'auteur
 - notions juridiques
 - contrat
 - rémunération de l'auteur
- Calcul des prix de revient et de vente
 - décomposition du prix de revient
 - effet volume
 - coefficient multiplicateur
 - prix de vente
- Mutualisation
 - avantages / inconvénients
 - moyens
 - exemples
- Revente de produits exclusifs
 - à son concessionnaire
 - à l'extérieur de l'équipement

13h00 – 14h00 : Repas pris en commun

Conseils pour la visite d'un salon professionnel et son optimisation en fonction de ses objectifs :

- repérage des tendances
- découverte de nouveaux fournisseurs
- techniques de visite
- contact et négociation avec les fournisseurs pour l'achat, la personnalisation et l'élaboration de produits exclusifs.

14h30– 17h30 : Visite du salon Affaires de Cadeaux

Paris Expo Porte de Versailles - Pavillon 4

17h30 : Fin de la formation

Méthodologie de travail

En accompagnement des notions théoriques développées par les intervenants, les stagiaires bénéficieront de :

- documentation à consulter sur place,
- conseils personnalisés,

Un dossier complet de méthodologie sera remis à chaque stagiaire.

Détails pratiques

Lieu : Paris

24 novembre 2015 : 9h30 - 17h30

25 novembre 2015 : 9h30 - 17h30

Prix : 1.250 € HT pour 1 personne – 450 € HT pour la 2^{ème} personne d'une même structure (comprenant les repas de midi).

Chaque structure peut constituer une équipe de 2 personnes.

La formation peut s'inscrire dans le cadre d'une convention de formation professionnelle.

L'association est enregistrée sous le numéro 11753563275 auprès du Préfet de la région Ile-de-France (n° d'organisme de formation).

Annulation

Toute annulation intervenant moins de 20 jours avant la date du stage entraînera la facturation à l'entreprise de 50 % des frais d'inscription. Toute annulation intervenant moins de 72 heures avant la date du stage entraînera la facturation complète des frais d'inscription à l'entreprise.

L'association Museum & Industries se réserve le droit d'annuler ou de reporter les stages dont l'effectif serait insuffisant.