

Formation « Valorisation de marque culturelle : diffusion de l'image et centre de profit » Paris, 25 & 26 octobre 2016

Présentation générale de la formation

« Les richesses de l'immatériel sont les clés de la croissance future »
Rapport de la commission de l'économie de l'immatériel, 2006

Le champ de l'immatériel dans le domaine culturel est large : il recouvre notamment les informations, le patrimoine audiovisuel, les marques, les savoir-faire, la mise à disposition d'espaces, ... Autant d'actifs qui peuvent être de puissants créateurs de valeur sociale, culturelle, économique, au profit des entreprises culturelles.

Après une introduction sur les grands principes de la Propriété Intellectuelle (notamment le droit des marques et le droit d'auteur) et le potentiel de richesses que recèle l'immatériel pour le secteur culturel, la formation traitera de la valorisation et la diffusion d'une marque culturelle sous quatre angles majeurs :

- *réutilisation d'informations (fonds photographiques, films, ...)*
- *location d'espace et tournages*
- *valorisation des savoir-faire*
- *licence de marque*

Le monde de la culture et celui du commerce, longtemps considérés comme antinomiques, sont désormais de plus en plus souvent associés : la culture fait du commerce et le commerce a besoin de la culture ! C'est la reconnaissance qu'une exploitation saine et rentable d'une marque culturelle est possible.

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.

Mardi 25 octobre 2016

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

10h00 – 11h00 : Propriété intellectuelle

- Éléments fondamentaux
 - actifs corporel / incorporel
 - propriété littéraire et artistique
 - propriété industrielle
 - cumul des modes de protection
- Institutions de la PI
 - institutions françaises
 - institutions internationales
 - sociétés de gestion collective

11h00 – 11h30 : Immatériel : gisement de richesses du XXI^e siècle

- Commission du Sénat sur l'économie de l'immatériel en 2006
 - principaux extraits appliqués au secteur culturel
 - APIE – Agence du Patrimoine Immatériel de l'État
- Quatre sources de richesses
 - réutilisation d'informations (fonds photographiques, films, ...)
 - location d'espace et tournages
 - valorisation des savoir-faire
 - licence de marque

11h30 – 13h00 : Marque

- Notions de base
 - définition
 - éléments essentiels
 - typologie
 - nom de marque
 - dépôt et enregistrement
- Historique
 - origine
 - au Moyen-Âge
 - avec la révolution industrielle
- Fonctions et valeur
 - pour le consommateur
 - pour l'entreprise
- Données chiffrées en France
 - nombre de marques
 - valeur des marques françaises
- Marques et culture
 - éléments favorables
 - marques « affectives »
 - expositions, musées, boutiques, produits dérivés

13h00 – 14h00 : Repas pris en commun

14h00 – 16h00 : Stratégie de valorisation de marque

- Sens et potentiel de la marque
 - valeurs et promesses
 - héritage et histoire
 - positionnement et différenciation
 - méthodes de valorisation
- Signes de marque
 - identité et image
 - expression de l'identité
- Exemples
 - marque de ville : Venise
 - marque de région : Bretagne
 - marque de monument : le Moulin Rouge

16h00 – 17h30 : Réutilisation d'informations (fonds photographiques, films, ...)

- Principes de base du droit d'auteur
 - œuvre
 - auteur
 - droits moral / patrimonial
- Méthodologie
 - demande d'utilisation d'œuvre
 - contrat d'édition
 - grilles tarifaires
 - liens vers des pages internet de sites culturels et touristiques pratiquant la cession de visuels

17h30 : Fin de la première journée de formation

09h30 – 10h30 : Location d'espace et tournages

- Affichage publicitaire sur les monuments
- Privatisation d'espaces
 - constitution de l'offre
 - convention
 - tarification
- Tournage
 - éléments favorables
 - tarification
 - retombées

10h30 – 11h00 : Exploitation de marque et de savoir-faire muséal – quelques exemples (contenus et éléments financiers)

- Guggenheim à Bilbao, Abu Dabi, ...
- Le Louvre à Abu Dabi
- Vulcania en Indonésie ?

11h00 – 13h00 : Licence de marque et produits dérivés

- Définitions & champ d'application
 - définitions : licence, cobranding
 - champ d'application : secteurs, catégories
- Intervenants : objectifs et rôles
 - consommateur
 - concédant
 - licencié
 - agent de licence
 - juriste
- Méthodologie d'un programme de licence
 - étapes du calendrier
 - stratégie
 - opérationnel
 - conditions du succès

13h00 – 14h00 : Repas pris en commun

14h00 – 16h30 : Licence de marque et produits dérivés (suite)

- Benchmark de licences (musée, fondation, monument, parc & jardin, œuvre littéraire, ...)
 - Réunion des Musées Nationaux
 - Château de Versailles
 - Opéra de Paris
 - Orient-Express
 - Victoria & Albert Museum
 - Royal Botanical Gardens, Kew
 - Natural History Museum
 - Science Museum
 - Royal Opera House – Royal Ballet
 - Guggenheim Museum
 - Biltmore Estate
 - Wintherthur
 - Andy Warhol Foundation
 - Le petit Prince
 - Tintin

- Contrats
 - licence de marque
 - avec un agent de licence
 - exemple d'un cas avec multiples parties au contrat
 - suivi des contrats

16h30 – 17h00 : Parasitisme

- Définition
- Exemple

17h00 – 17h30 : Contrefaçon

- Éléments de base
 - définition
 - formes et secteurs touchés
 - conséquences
- Données chiffrés
 - en France
 - en Europe
- Musée de la contrefaçon
- Protections
 - coûts
 - actions
- Actions et sanctions
 - actions
 - sanctions
 - exemple

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

25 octobre 2016 : 9h30 – 17h30

26 octobre 2016 : 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.