

### PUBLIC VISÉ PAR LA FORMATION ET PRÉREQUIS

Public visé	Tous professionnels du tourisme et tourisme culturel
Formation tous publics	Non, réservée exclusivement au public visé
Métiers et fonctions concernés	Directeur d'équipement, responsable de boutiques, responsables commerciaux
Durée d'activité professionnelle requise	néant
Niveau minimum de connaissance requis	aucun
Pré-requis	aucun

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Objectif général	Être capable d'appréhender le champ de l'immatériel et de comprendre comment valoriser sa marque dans et en dehors d'un site culturel et touristique
Compétences à acquérir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender les différents champs du de l'immatériel</li> <li>• Comprendre comment valoriser une marque</li> <li>• Maîtriser les 4 axes majeurs de valorisation et la diffusion d'une marque culturelle :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ réutilisation d'informations (fonds photographiques, films, ...)</li> <li>○ location d'espace et tournages</li> <li>○ valorisation des savoir-faire</li> <li>○ licence de marque</li> </ul> </li> </ul>

## CONTENUS DE LA FORMATION

Thèmes abordés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriété intellectuelle</li> <li>• Immatériel : gisement de richesses du XXI<sup>e</sup> siècle</li> <li>• Marque</li> <li>• Stratégie de valorisation de marque</li> <li>• Utilisation d'œuvres</li> <li>• Location d'espaces et tournage</li> <li>• Exploitation de marque et de savoir-faire muséal – quelques exemples (contenus et éléments financiers)</li> <li>• Parasitisme</li> <li>• Contrefaçon</li> </ul> <p>Cf. programme détaillé ci-dessous en pages 5 à 8</p>
Compétences développées pendant la formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréhender les différents champs de la propriété intellectuelle</li> <li>• Maîtriser les processus de mise en œuvre des 4 axes majeurs de valorisation et la diffusion d'une marque culturelle</li> </ul> <p>Être capable de valoriser la marque de son site</p>
Apports théoriques, pratiques, méthodologiques	<p>Apports théoriques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• juridique : propriété intellectuelle</li> <li>• nature et intérêt d'une marque</li> <li>• axes de valorisation d'une marque</li> </ul> <p>Apports pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• exemples de valorisation de marque par des sites culturels ou touristiques pour chacun des 4 axes retenus</li> <li>• conseils personnalisés</li> </ul> <p>Apports méthodologiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• processus de mise en œuvre de chaque axe de valorisation du site</li> <li>• remise d'un résumé du diaporama commenté lors de la formation en présentiel</li> </ul>

## MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Moyens à mettre à disposition	Salle de formation équipée de vidéoprojecteur, paperboard et connexion Wifi ; le formateur dispose de son ordinateur portable avec connexion VGA ou HDMI
Méthodes et techniques d'animation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• commentaire d'un diaporama de 300 diapos avec parties théoriques et illustration par de nombreux exemples de boutique similaires</li> <li>• échanges avec les participants sur leurs problématiques spécifiques</li> </ul>
Suivi pédagogique	Le formateur remet son adresse email et son n° de téléphone aux stagiaires afin que ceux-ci puissent le contacter après la formation en cas de besoin

## ÉVALUATION ET SANCTION DE LA FORMATION

Appréciation de l'acquisition ou l'amélioration des compétences	<ul style="list-style-type: none"> <li>pas d'évaluation en amont</li> <li>l'évaluation des acquis de formation porte sur les connaissances de fond, les descriptions de process et se matérialise par un QCM sur l'ensemble des sujets du présentiel</li> </ul>
Champs de l'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> <li>déroulement de l'action (mesure de la satisfaction globale des stagiaires sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et supports utilisés...)</li> <li>acquis de la formation (atteinte des objectifs et effets sur la pratique professionnelle via un questionnaire à réponses ouvertes, des connaissances et compétences acquises lors de la formation via un QCM)</li> </ul>
Sanction	Remise d'une attestation individuelle de formation

## QUALITÉ DES FORMATEURS

Noms, titres et professions des formateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Joëlle Marty, consultante et formatrice auprès de l'Association Museum &amp; Industries</li> </ul> <p>OU</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cécile Vignesoult, consultante et formatrice auprès de l'Association Museum &amp; Industries</li> </ul>
Expérience / compétences en lien avec les contenus de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'Association Museum &amp; Industries (<a href="http://www.museumindustries.com">www.museumindustries.com</a>), créée en 1996, a pour objet l'étude, la réflexion, la promotion et le développement des activités liées aux produits dérivés du patrimoine artistique, culturel et éducatif, et, plus généralement, celles liées à l'accueil des publics.</li> <li>Pluridisciplinaire, opérationnelle et spécialisée dans le secteur des musées, du patrimoine et du tourisme culturel, l'équipe de consultants et formateurs dispose d'une solide expérience du terrain, maîtrise les processus de fabrication, possède les techniques du marketing, du merchandising et de la gestion et a acquis une vision claire de l'évolution du marché.</li> <li>Les formateurs de l'Association Museum &amp; Industries ont, préalablement à leurs activités actuelles, géré une ou plusieurs boutiques de sites culturel ou touristique.</li> <li>L'Association Museum &amp; Industries a formé plus de 1.000 gestionnaires de sites culturels et responsables de boutiques, et assisté plus de 100 sites patrimoniaux et culturels dans le développement de leur activité éditoriale et commerciale.</li> </ul>
Organisme de formation	L'association est enregistrée sous le numéro 11753563275 auprès du Préfet de la région Ile-de-France (n° d'organisme de formation)

## DURÉE ET MODALITÉ D'ORGANISATION

Durée	Nombre de jours : 2                      Nombre d'heures total : 14
Dates	À définir
Horaires	9h30 - 17h30
Lieu	À définir
Organisation	En continu
Taille du groupe	4 personnes minimum, 14 au maximum
Prix	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.200 € HT, soit 3.840 € TTC pour les honoraires de formation, les frais de déplacement et frais de reproduction des dossiers pour la France métropolitaine.</li> <li>• La formation peut s'inscrire dans le cadre d'une convention de formation professionnelle</li> </ul>
Annulation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toute annulation intervenant moins de 20 jours avant la date de la formation entraînera la facturation à l'entreprise de 50 % des frais d'inscription. Toute annulation intervenant moins de 72 heures avant la date de la formation entraînera la facturation complète des frais d'inscription à l'entreprise.</li> <li>• L'association Museum &amp; Industries se réserve le droit d'annuler ou de reporter les stages dont l'effectif serait insuffisant</li> </ul>

## Jour 1

### 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<sup>e</sup> 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 : Utilisation d'œuvres**

- 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**

## JOUR 2

### **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, ...)
  - 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

- Château de Versailles
- Château de Chambord
- Opéra de Paris
- Orient-Express
- 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***