ARTAGON

FORMATION

COMMUNICATION DE PROJETS ET DE STRUCTURES CULTURELLES

Stratégies, supports, partenariats, presse, réseaux sociaux : les clés d'une communication réussie



PRÉSENTATION

Cette formation permet d'acquérir les compétences clés pour concevoir, structurer et mettre en œuvre une stratégie de communication adaptée à une structure ou un projet culturel, de manière autonome et professionnelle. À travers un parcours progressif, les stagiaires développent une vision globale et opérationnelle de la communication culturelle et une méthodologie directement applicable.

La formation couvre l'ensemble des dimensions de la communication : positionnement et stratégie, identité visuelle, création de contenu, documentation, relations presse, partenariats médias, communication digitale, réseaux sociaux et influence. Elle intègre les enjeux de compréhension des publics, de mise en relation des projets avec leurs différents destinataires, et envisage la communication comme levier de valorisation et de circulation des propositions artistiques et culturelles.
Chaque module fait l'objet d'exercices pratiques, de mises en situation et de retours personnalisés, afin de permettre à chacun·e de consolider ses acquis et de repartir avec des outils et des documents directement mobilisables dans son activité.



Vue d'Artagon Pantin – Photo © Laura Lafon - © Artagon

→ En présentiel
→ Durée : 35h – 5 jours
→ Effectif : 8 personnes maximum
→ Horaires : 10h-13h / 14h-18h
→ Lieu : Artagon Pantin, 34 rue Cartier Bresson, 93500 Pantin

Qualiopi processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : actions de formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

★ Construire une stratégie de communication adaptée aux objectifs, au positionnement et aux publics d'une structure culturelle.

★ Planifier et coordonner les actions de communication d'un projet culturel à l'aide d'outils de pilotage adaptés.

★ Appliquer une charte graphique afin de garantir la cohérence visuelle des supports de communication.

★ Développer des partenariats de communication pour renforcer la visibilité d'un projet culturel.

★ Concevoir et organiser la diffusion d'une campagne d'affichage adaptée à un projet culturel.

★ Élaborer une stratégie éditoriale digitale cohérente sur l'ensemble des canaux de communication.

★ Produire des contenus adaptés aux usages et aux formats des réseaux sociaux.

★ Programmer, suivre et analyser les performances de ses publications digitales.

★ Rédiger des supports presse répondant aux attentes des médias culturels.

★ Développer et entretenir des relations presse adaptées aux objectifs de communication d'une structure culturelle.

★ Mettre en œuvre une collaboration avec des créateur·rices de contenus dans le cadre d'une stratégie d'influence.

★ Évaluer les résultats d'actions de communication afin d'améliorer sa stratégie.

PRÉSENTATION DE LA FORMATRICE

CAROLINE ARCE ROSS



Photo © Élise Augustynen

Caroline Arce Ross est une professionnelle franco-péruvienne de la stratégie culturelle, dont le travail se situe à la croisée de la communication et de la programmation. Diplômée de Sciences Po Paris et de Goldsmiths, University of London, elle occupe depuis janvier 2026 le poste de directrice de la communication de KADIST, une organisation internationale dédiée à l'art contemporain.

Depuis plus de sept ans, elle développe une pratique fondée sur la volonté de rendre les projets artistiques plus accessibles, plus visibles et porteurs d'expériences collectives. Elle a collaboré avec des médias, des institutions culturelles, des galeries et des agences créatives, parmi lesquels Radio France et Canal+, et a contribué à des manifestations telle que la Contemporaine de Nîmes, ainsi qu'à des programmes de résidence dédiés au soutien d'artistes émergent·es et de collectifs.

De 2022 à 2025, elle a occupé le poste de responsable de communication et de programmation aux Magasins Généraux à Pantin. Elle y a piloté une refonte complète de l'identité et de la prise de parole de l'institution, en développant une nouvelle plateforme digitale, une stratégie éditoriale forte et des programmes culturels réunissant des publics larges et diversifiés. Son travail s'est également attaché à créer des partenariats durables et à renforcer le rayonnement national et international de l'institution.

Son approche est notamment nourrie par un intérêt marqué pour les tiers-lieux et pour la manière dont les espaces culturels peuvent favoriser les expériences collectives, le dialogue et le sentiment d'appartenance au sein du tissu urbain. Elle s'intéresse tout particulièrement à la façon dont la communication peut devenir un espace de récit, de *care* et d'expériences culturelles communes.

PROGRAMME

JOUR 1

→ Introduction
→ Définition d'un positionnement et d'une stratégie de communication
→ Pilotage d'une communication et des outils de gestion
→ Utilisation et déclinaison d'une charte graphique

JOUR 2

→ Construction de partenariats et développement de relais de communication
→ Création et diffusion d'une campagne d'affichage

JOUR 3

→ Construction une stratégie éditoriale digitale
→ Création de contenus pour les réseaux sociaux
→ Planification, programmation et mesure des publications sur les réseaux sociaux

JOUR 4

→ Conception et rédaction des documents presse
→ Gestion des relations presse

JOUR 5

→ Gestion des relations avec les créateur·rices de contenus
→ Documentation et analyse et bilan des actions de communication
→ Bilan et retour d'expérience

INFORMATIONS PRATIQUES

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à toute personne souhaitant acquérir les fondamentaux de la communication culturelle, ou cherchant à consolider ou actualiser ses pratiques : porteur·euse de projet culturel, salarié·e de structure culturelle, chargé·e de communication indépendant·e, jeune diplômé·e s'orientant vers le secteur de la communication culturelle, professionnel·le en reconversion, etc.

Elle est adaptée à différents types de structures (musée, centre d'art ou culturel, association culturelle, résidence d'artistes, maison d'édition…) ou de projets culturels (exposition, festival, foire, salon, colloque…).

PRÉREQUIS

→ Maîtriser la langue française dans un contexte professionnel

→ Maîtriser la bureautique de base : utiliser un ordinateur, créer des documents texte, PDF, emails, tableur, outils de présentation

→ Intérêt ou implication dans un projet culturel ou une structure

DOCUMENTS PRODUITS PENDANT LA FORMATION

À l'issue de la formation, chaque stagiaire repart avec :

★ Une fiche de positionnement et un plan de communication
★ Un rétroplanning et un budget de communication
★ Une proposition de partenariat de communication
★ Un brief créatif destiné à un prestataire
★ Un calendrier éditorial digital sur un mois
★ Une sélection de contenus créés pour les réseaux sociaux
★ Un communiqué de presse et les éléments d'un dossier de presse
★ Une liste de contacts presse et un mail d'envoi rédigé
★ Un tableau de bord de suivi de ses actions de communication

SATISFACTION

Les indicateurs de satisfaction et de recommandation sont actualisés à l'issue de chaque session de formation. Ils sont consultables sur notre site internet : artagon.org/formations



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation alterne apports structurés avec supports visuels, études de cas réels et exercices pratiques suivis d'échanges collectifs et de retours d'expérience. Des exercices progressifs sont proposés pour ancrer les apprentissages dans une démarche concrète : chaque stagiaire peut travailler sur sa propre structure ou choisir parmi les cas pratiques mis à sa disposition.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Tout au long de la formation, des évaluations régulières au travers des documents produits permettront de valider l'acquisition des compétences des stagiaires.

Une grille d'évaluation de l'acquisition des compétences sera complétée progressivement par le ou la formateur·rice permettant de déterminer le taux d'acquisition des compétences de chaque stagiaire en cours de formation.

TARIFS ET INSCRIPTION

→ Selon votre situation et les possibilités de prise en charge, le tarif horaire varie entre 25 € et 40 €, soit un coût compris entre 875 € et 1400 € pour l'ensemble de la formation. N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir un devis personnalisé.
→ L'organisme de formation d'Artagon n'est pas assujetti à la TVA pour son activité de formation
→ Formation non éligible au CPF

TYPE DE RECONNAISSANCE

Formation non certifiante, ne donnant lieu à la délivrance d'aucun diplôme ni titre professionnel.

MODALITÉ D'ACCÈS

L'accès à la formation se fait en plusieurs étapes :

1. Préinscription : envoyez votre demande de préinscription au moins un mois avant le début de la session souhaitée .
2. Entretien : un membre de notre équipe vous recontacte afin de valider la cohérence de votre projet professionnel et vérifier les prérequis nécessaires.
3. Devis et démarches : si votre candidature est acceptée, un devis vous est transmis, à transmettre à votre financeur le cas échéant.
4. Validation de l'inscription : votre inscription est confirmée dès réception du devis et de la convention de formation signés.

HOSPITALITÉ

Notre organisme de formation est doté d'une personne référente hospitalité qui peut étudier avec vous les différents aménagements possibles afin que votre projet de formation s'adapte à vos besoins.

RENSEIGNEMENTS

Pour toutes questions concernant la formation, l'inscription ou un besoin spécifique, vous pouvez nous contacter à l'adresse suivante : formations@artagon.org ou notre référente hospitalité Léna Desiles, chargée des programmes pédagogiques : lena@artagon.org – 01 84 80 64 37.

ARTAGON

Artagon – 46 place de l'Église, 93500 Pantin – SIRET 808 212 849 00026
Organisme de formation dont la déclaration d'activité est enregistrée sous le numéro 119 311 068 93
auprès du préfet de la région d'Île-de-France – Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État