

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates et lieu

5, 6, 12, 13 février
et 5, 6, 12, 13 mars 2021
Faculté de Droit
Avenue du 1^{er}-Mars 26
à 10 min de la Gare de Neuchâtel

Horaire

Dès 08h45 Accueil
09h15 – 12h30 Session
12h30 – 14h00 Pause repas
14h00 – 17h15 Session

Inscription et renseignements administratifs

Le nombre de participant-e-s est limité à vingt-cinq personnes. Les inscriptions sont acceptées selon l'ordre d'arrivée et en fonction des prérequis. Le bulletin d'inscription est à retourner, par mail, jusqu'au 15 janvier 2021 à :

Promouvoir une institution culturelle

Melissa Rérat
Collaboratrice scientifique
melissa.rerat@unine.ch
Tél. +41 78 767 38 06

Veuillez utiliser le bulletin d'inscription annexé.
Sous réserve de modification. La tenue du cours est confirmée le 19 janvier 2021.

Frais retenus en cas d'annulation d'inscription

Selon le règlement de la formation disponible sur : www.unine.ch/promouvoir

Direction du cours

Prof. Pascal Griener, Dr Thomas Schmutz,
Dr Patrick Cotting, Melissa Rérat

Institut d'histoire de l'art et de muséologie
Université de Neuchâtel
Espace Tilo-Frey 1
CH-2000 Neuchâtel

unine

UNIVERSITÉ DE
NEUCHÂTEL

FACULTÉ DES LETTRES
ET SCIENCES HUMAINES



CAS Promouvoir une institution culturelle Module I

Marketing, communication et financement

Cours de formation continue universitaire

Vendredis – samedis

5, 6, 12, 13 février et 5, 6, 12, 13 mars 2021

20^e
année



© Shutterstock

swissuniversity.ch

ICOM
International
Council of
Museums
Switzerland

ICOMOS
suisset

Recommandé par ICOM Suisse - Conseil international des musées
et ICOMOS, Conseil international des monuments et des sites

formation
continue

CAS Promouvoir une institution culturelle – Module I

Le *Certificate of Advanced Studies (CAS) Promouvoir une institution culturelle* se concentre sur les développements des institutions culturelles en cours et à venir. Celles-ci doivent sans cesse rivaliser en offres complexes et diversifiées. Elles doivent trouver des sponsors privés ou soumettre leurs projets aux offices fédéraux ou cantonaux. D'où la nécessité de développer des produits de haute qualité, qu'il faut vendre, d'abord aux sponsors, ensuite au public. Le but du module I est d'offrir un panorama des instruments de marketing, de communication et de financement destinés à la promotion d'une institution culturelle. Les transformations actuelles des institutions culturelles qui touchent

de plus en plus la structure et l'organisation administrative de celles-ci feront l'objet d'une attention toute particulière. Le cours s'adresse à toute personne que sa profession confronte à de tels problèmes. Les intervenant-e-s, toutes et tous des professionnels reconnus dans leur domaine, proposeront un éventail des approches récentes en intégrant dans leurs cours des sections théoriques et pratiques (ateliers, discussions, exercices). **Le module I « Promouvoir une institution culturelle » aura lieu pour la 20^e année consécutive.**

Dans le cadre du module II, il sera question de développement et gestion événementiels (automne 2021 : www.unine.ch/promouvoir).

STRUCTURE DU COURS

Le CAS *Promouvoir une institution culturelle* se compose de deux modules. **Chaque module peut être réalisé de manière indépendante.** L'accès direct au module II est aussi envisageable. L'addition des deux modules permet l'obtention du titre de *Certificate of Advanced Studies Promouvoir une institution culturelle* de l'Université de Neuchâtel. Une présence régulière à chacun des deux modules est nécessaire pour obtenir ce titre.

EVALUATIONS ET ATTESTATIONS

Chaque module se termine par une évaluation octroyant dans chaque cas une attestation de 4 ECTS ou une attestation de participation. Le CAS se conclut par un travail de fin de certificat, réalisé sous forme écrite par le/la candidat-e et examiné lors d'une soutenance orale. Cette dernière partie est créditée de 5 ECTS. L'ensemble du CAS comptabilise 13 ECTS.

OBJECTIFS

- Acquérir les connaissances de base théoriques et leur mise en œuvre en analysant des cas d'étude.
- Approfondir ses connaissances par des exercices pratiques et par la rédaction d'un travail accompagné par la direction du CAS.
- Comprendre les développements récents, les confronter aux buts traditionnels des institutions culturelles.

PRÉREQUIS POUR L'INSCRIPTION

Module I

Formation dans un domaine culturel : licence / master ès lettres (ou titre jugé équivalent) ou expérience professionnelle correspondante dans une institution culturelle.

Module II

Attestation de réussite du module I *Promouvoir une institution culturelle* ou formation dans un domaine culturel licence / master ès lettres (ou titre jugé équivalent, expérience professionnelle, etc).

Public

Cadres, gestionnaires et collaborateur-trice-s du secteur culturel privé ou public : musées, fondations, organisations et administrations à but culturel, galeries et centres culturels, bibliothèques, archives, salles de spectacle, compagnies, festivals, orchestres, etc.

Finance de cours

CHF 2'800.– par module ; avec rabais CHF 2'600.– pour les membres ICOM, AMS et ICOMOS ainsi que de toutes associations professionnelles dans le domaine culturel (sous réserve de l'accord de la direction du CAS). CHF 480.– pour la soutenance et le suivi du travail de fin de certificat.

Le règlement du CAS est disponible sur le site web suivant : www.unine.ch/promouvoir

Recommandé par ICOM Suisse - Conseil international des musées et ICOMOS, Conseil international des monuments et des sites.

Programme

LE MARKETING CULTUREL

5, 6 février et 13 mars 2021

Dr Thomas Schmutz, Directeur Lange & Schmutz Recherche de provenance Sàrl, chargé d'enseignement UniNE, ancien Directeur adjoint Aargauer Kunsthaus.

05.02 François Courvoisier, Dr ès Sciences économiques, professeur de marketing et chargé de recherche, Haute école de gestion Arc, Neuchâtel.

Cas d'étude sur le marketing des musées.

06.02 Jean Pierre Pastori, Journaliste et écrivain, ex-président de la fondation Béjart Ballet Lausanne et ex-directeur du Château de Chillon, fondateur des Archives suisses de la danse, chevalier des Arts et des Lettres.

Les aspects organisationnels d'une institution culturelle.

LE FINANCEMENT

12, 13 février et 5 mars 2021

Dr Patrick Cotting, Directeur général (CEO), CCI Cotting Consulting SA, professeur adjoint et membre de Faculté à l'Université de Suisse italienne de Lugano (USI), IE University Madrid et autres.

12.02 Urs Schnell, Directeur de la FONDATION SUISA depuis avril 2008. Auparavant, Directeur de l'ABEM (Association bernoise des écoles de musique) et du SMS (Syndicat Musical Suisse). A suivi une formation de gestion culturelle à l'Université de Bâle et au Conservatoire de Winterthur (Diplôme d'enseignement de flûte traversière).

La fondation, mon partenaire : Trésor ou coffre-fort ? Comment se profiler.

12.02 Rolf Graber, Lic. ès Sciences économiques, secrétaire de la Commission neuchâteloise de répartition du bénéfice de la Loterie Romande.

Fondations et donateurs en Suisse. L'exemple de la Loterie Romande.

13.02 Pius Knüsel, Directeur de l'Université Populaire de Zurich, ancien Directeur de Pro Helvetia, Directeur du festival Alpentöne (Altdorf), membre du Conseil de Fondation du festival Culturescapes (Bâle), membre du Conseil d'administration du Festival international du film de Locarno.

Sources et stratégies pour un financement public.

LA COMMUNICATION

5, 6 et 12 mars 2021

Dr Patrick Cotting, Directeur général (CEO), CCI Cotting Consulting SA, professeur adjoint et membre de Faculté à l'Université de Suisse italienne de Lugano (USI), IE University Madrid et autres.

05.03 Sylvie Treglia-Détraz, Responsable de la communication du Musée d'art et d'histoire de Genève.

La stratégie digitale dans les musées.

12.03 Lauranne Eyer, Responsable du service de médiation culturelle, Centre d'art Pasquart Bienne & NMB Nouveau Musée Bienne.

La médiation culturelle en Suisse.

12.03 Christine Rodeschini, Archiviste cantonale adjointe, Archives de l'Etat de Neuchâtel.

Communiquer les archives.