

Profil de Compétences

*AGENT, AGENTE
DE SPECTACLES*

Une analyse de compétences

www.crhsculturel.ca



CHRC
Conseil
des ressources humaines
du secteur culturel

CRHSC
Cultural
Human Resources
Council

Compétences recommandées pour Agente et agent de spectacles

PROFIL DE COMPÉTENCES

Ce projet est financé par
le gouvernement du
Canada par l'entremise du
Programme des conseils
sectoriels

Canada

Conseil des ressources humaines du secteur culturel

17, rue York, pièce 201
Ottawa (Ontario) K1N 9J6
Téléphone : (613) 562-1535 / 1-866-562-1535
Télécopieur : (613) 562-2982
Courriel : info@crhsculturel.ca
Site Web : www.crhsculturel.ca



**Cultural Human
Resources Council**

**Conseil des
ressources humaines
du secteur culturel**

Dans le présent document, le masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte

LIMITATION DE RESPONSABILITÉ

Les compétences attendues pour les AGENTES ET AGENTS DE SPECTACLES – Profil de compétences © Conseil des ressources humaines du secteur culturel,

Version 1.0, 2008.

Tous droits réservés.

De nombreux représentants du secteur culturel canadien ont généreusement participé à la préparation de ce **Profil de compétences**. Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel espère que ces informations seront utiles et faciles à consulter, mais les fournit « telles quelles ». Il n'offre aucune garantie concernant lesdites informations et ne fait aucune représentation par leur publication. Le CRHSC rejette toute responsabilité, quelle qu'elle soit, découlant de l'utilisation, ou l'impossibilité d'utiliser ces informations.

Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du CRHSC et du gouvernement du Canada.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION | 4

SOMMAIRE – CHARTE DES COMPÉTENCES | 6

PROFIL DE COMPÉTENCES | 7

**A. DÉVELOPPER UNE LISTE DE CLIENTS ET FAIRE LA PROMOTION
DE SON ENTREPRISE | 8**

B. ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE TOURNÉE | 10

C. VENDRE DES SPECTACLES | 12

D. EFFECTUER DES TÂCHES ADMINISTRATIVES | 15

E. ASSURER UN SUIVI APRÈS LA CONFIRMATION DE L'ENTENTE | 18

F. AGIR À TITRE DE CONSEILLER | 20

.... ET POUR EXERCER LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES ÉNUMÉRÉES
CI-DESSUS, UN **AGENT DE SPECTACLES** DOIT POUVOIR.... :

G. DÉMONTRER DES HABILITÉS DE COMMUNICATION | 22

H. DÉMONTRER DES COMPÉTENCES PERSONNELLES | 24

INTRODUCTION

Ce document présente les résultats d'une analyse professionnelle¹ ayant pour objet le métier d'**agent de spectacles**. Cette analyse a permis d'identifier l'ensemble des compétences sur lesquelles repose l'exercice de ce métier.

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (www.culturalhrc.ca) est un organisme national qui a pour objectif de renforcer la main-d'œuvre culturelle canadienne et d'améliorer les ressources humaines au sein du secteur culturel. Le Conseil se veut au centre de l'action et de la réflexion dans le domaine du développement des ressources humaines et compte parmi ses membres des artistes indépendants, des travailleurs culturels, des employeurs, des organismes et des entreprises de l'ensemble des industries culturelles et des disciplines artistiques du secteur.

CONTEXTE

Les responsabilités premières d'un agent de spectacles sont de représenter un producteur et/ou un artiste qui s'autoproduit et d'assurer le lien auprès des diffuseurs.

Le métier d'agent de spectacles constitue une fonction spécifique du domaine de la production de concerts et de spectacles du même titre que les métiers de diffuseur et, au Québec, de producteur. Les chartes de compétences du Diffuseur et du Producteur de concerts et de spectacles se retrouvent aussi sur le site Web du CRHSC.

Le **Profil de compétences** doit être utilisé en lien avec la **Charte des compétences des agents de spectacles**

Les individus qui exercent ce métier peuvent avoir recours à la **Charte des compétences** et au **Profil des compétences** pour s'auto-évaluer et identifier les compétences nécessitant un perfectionnement. Pour les organisations, ces documents peuvent servir à élaborer des programmes de développement professionnel, à négocier le développement, l'achat et l'adaptation de programmes de formation et à élaborer ou réviser des programmes de planification de carrière, des profils de poste à des fins de recrutement et des descriptions de fonctions.

Vous devriez retrouver tout ce que vous faites quelque part dans la charte, mais vous ne ferez pas nécessairement tout ce qui y est indiqué.

¹ Les expressions « analyse professionnelle » et « profil de compétences » sont considérées comme des synonymes et sont donc utilisées sans distinction dans le cadre du présent document.

MÉTHODOLOGIE

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) a eu recours à la méthode DACUM (Developing A CURriculum) pour réaliser cette analyse professionnelle. Un des principes directeurs de la méthode DACUM consiste à mettre à contribution un groupe d'experts praticiens pour qu'ils identifient les compétences qu'ils doivent démontrer dans l'exercice de leur métier ou de leur profession.

Ensemble, la **Charte des compétences** et le **Profil** comprennent quatre niveaux d'analyse :

1. Une série de **champs de compétences**. Un champ de compétences représente une fonction ou une responsabilité majeure dans une profession, un métier ou un emploi donné. Nous avons distingué deux types de champs de compétences : les champs de **compétences professionnelles** (voir les sections A jusqu'à F) et les champs de **compétences générales** (voir les sections G et H).
2. Chacun des champs a ensuite été ventilé en **compétences**. Un énoncé de compétence, à l'instar des champs de compétences, est défini en termes comportementaux et débute par un verbe d'action.
3. Chaque compétence est à son tour « décortiquée » en **tâches spécifiques** (voir les sections A jusqu'à F) ou en **principales habiletés** (voir les sections G et H) L'identification des tâches spécifiques ou des principales habiletés constitue une étape d'analyse qui se situe en quelque sorte à mi-chemin entre l'analyse globale d'une compétence donnée et l'analyse détaillée des actions qui sont associées à l'exercice de cette compétence.
4. On retrouve enfin une liste non exhaustive d'**actions clés** et de **compétences générales** qui peuvent constituer un ensemble de critères pour évaluer les compétences.

REMERCIEMENTS

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel tient à remercier pour leur contribution :

LE GROUPE D'EXPERTS

Jean-François Amiot – Génération Inc. – QC
Vincent Beaulieu – Productions Vincent Beaulieu – QC
Charles Drouin – Les Disques New Rock – QC
Nikolas Gravel – La Compagnie Larivée Cabot Champagne – QC
Isabelle Lacroix – L'équipe Spectra / Agence Spectra scène – QC
Sébastien Langlois – Agence Juste pour rire – QC
Colin Lewis – The Agency Group – ON
Pascale McDougall – Phaneuf Musique – QC
Jean-François Renaud – Agence Spectra – QC
Margie Zahn – Mitchell Entertainment – AB
Pierre Zicat – Les Productions 2nd Skin – QC

LE COMITÉ DIRECTEUR

Eddy Bayens – Membre du Conseil d'administration, CRHSC – AFM – AB
Jean-Robert Bisailon – SPACQ – QC
Raymond Bisha – Naxos of Canada – ON
Pierre Blanchet – Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo – QC
George Blondheim – Membre du Conseil d'administration, CRHSC – George Blondheim Music Inc. / B&W Entertainment Corp. – AB
Brian Hetherman – Cerberus Artist Management / Curve Music / Music Managers Forum – ON
Richard Hornsby – Président du CRHSC et du Comité directeur – UNB Centre for Musical Arts – NB
Alvin Jahns – Stony Plain Recording Co. Ltd. – AB
Ron Lamoureux – Membre du Conseil d'administration, CRHSC – Cafésonique – MB
Robert Paquette / Benoit Henry – Alliance nationale de l'industrie musicale – QC
Catherine Saxberg – Canadian Music Publishers Association – ON

L'ÉQUIPE DE SOUTIEN

Susan Annis – Directrice générale, CRHSC
Lucie D'Aoust – Gestionnaire de projets principale, CRHSC
Pierre Morin – Consultant et facilitateur DACUM
Jeanne Villeneuve – Traductrice
Pierre Beaudoin – Consultant

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

A. DÉVELOPPER UNE LISTE DE CLIENTS ET FAIRE LA PROMOTION DE SON ENTREPRISE

1. Rechercher de nouveaux talents
2. Établir et maintenir un réseau de contacts
3. Déterminer un marché cible
4. Faire connaître son entreprise auprès des gérants d'artistes et des diffuseurs

B. ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE TOURNÉE

1. Déterminer les besoins financiers pour la production d'un spectacle
2. Déterminer le moment idéal pour effectuer la tournée
3. Convenir des besoins techniques et des besoins relatifs à l'accueil et à l'hébergement
4. Convenir des paramètres du spectacle / de la production
5. Établir les protocoles de communication entre les personnes concernées
6. Communiquer l'information relative à la tournée

C. VENDRE DES SPECTACLES

1. Répertorier des salles de spectacles et des diffuseurs potentiels
2. Analyser les calendriers des diffuseurs
3. Décrire les caractéristiques et les paramètres du spectacle
4. Soumettre une proposition
5. Évaluer les offres
6. Négocier les modalités d'un contrat

D. EFFECTUER DES TÂCHES ADMINISTRATIVES

1. Confirmer l'itinéraire de la tournée auprès des personnes concernées
2. Gérer les problèmes relatifs au calendrier / à l'horaire de tournée
3. Rédiger les contrats
4. Assurer un suivi administratif des contrats
5. Assurer la réception des dépôts et des derniers paiements
6. Produire des rapports

E. ASSURER UN SUIVI APRÈS LA CONFIRMATION DE L'ENTENTE

1. Procéder à l'envoi de matériel promotionnel
2. Coordonner les activités médiatiques de l'artiste avec le diffuseur
3. Superviser la vente des billets
4. Vérifier la satisfaction de toutes les personnes concernées à l'égard du spectacle

F. AGIR À TITRE DE CONSEILLER

1. Identifier les besoins et les sujets de préoccupation
2. Rechercher des solutions possibles
3. Faire des recommandations / donner des conseils
4. Sensibiliser l'interlocuteur aux conséquences possibles d'une décision / de la solution retenue
5. Fournir une rétroaction (feedback)

COMPÉTENCES GÉNÉRALES

G. DÉMONTRER DES HABILÉTÉS DE COMMUNICATION

1. S'exprimer d'une manière claire et concise
2. Adapter son langage à l'interlocuteur
3. Parler en public
4. Pratiquer l'écoute active
5. Écrire convenablement
6. Démontrer des habiletés interpersonnelles
7. Faire preuve de tact et de diplomatie
8. Persuader
9. Négocier

H. DÉMONTRER DES COMPÉTENCES PERSONNELLES

1. Agir avec éthique
2. Manifester une passion pour le spectacle
3. Penser de façon stratégique
4. Démontrer un sens de l'organisation
5. Mener plusieurs dossiers de front
6. Faire preuve d'autonomie
7. Faire preuve de rigueur et d'un souci du détail
8. Faire preuve de jugement
9. Démontrer un esprit d'analyse
10. Résoudre des problèmes
11. Prendre des décisions
12. Travailler sous pression
13. Faire preuve d'esprit d'entreprise
14. Réseauter
15. S'adapter au changement
16. Démontrer de la persévérance
17. Faire preuve de créativité

PROFIL DE COMPÉTENCES

LES **AGENTS DE SPECTACLES** DOIVENT ÊTRE CAPABLE DE ...

UN AGENT DE SPECTACLES DOIT ÊTRE CAPABLE DE:

A. DÉVELOPPER UNE LISTE DE CLIENTS ET FAIRE LA PROMOTION DE SON ENTREPRISE

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	TÂCHES SPÉCIFIQUES	ACTIONS CLÉS	COMPÉTENCES GÉNÉRALES
1. Rechercher de nouveaux talents	<p>1.1 Consulter des gérants d'artistes, des directeurs de maisons de disques et d'autres personnes-ressources</p> <p>1.2 Assister à des spectacles et les analyser</p> <p>1.3 Analyser des CD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter ses contacts personnels dans le milieu de l'industrie de la musique • Prendre connaissance des publications, critiques, comptes-rendus imprimés et électroniques du milieu musical • Évaluer le talent musical de l'artiste • Évaluer sa présence sur scène • Évaluer la réaction de l'auditoire • Évaluer l'image / la possibilité de commercialisation de l'artiste en tenant compte des tendances du moment et de celles à venir • Évaluer le répertoire de l'artiste • Évaluer le talent musical de l'artiste • Estimer la possibilité de commercialisation de l'artiste en tenant compte des tendances du moment et de celles à venir • Évaluer le répertoire de l'artiste 	<p>Habiletés interpersonnelles ou personnelles les plus cruciales en lien avec la compétence</p> <ul style="list-style-type: none"> • RÉSEAUTER (H14) • FAIRE PREUVE D'ESPRIT D'ENTREPRISE (H13) • FAIRE PREUVE DE JUGEMENT (H8)
2. Établir et maintenir un réseau de contacts	<p>2.1 Repérer les personnes clés du milieu (gérants d'artistes, diffuseurs, directeurs de maison de disques, artistes, etc.)</p> <p>2.2 Effectuer un suivi / mener à terme les démarches entreprises</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participer à des événements et à des colloques de l'industrie de la musique • Se faire connaître des personnes clés du milieu, établir des contacts • Faire des propositions • Créer des occasions favorables 	<ul style="list-style-type: none"> • RÉSEAUTER (H14) • PENSER DE FAÇON STRATÉGIQUE (H3)
3. Déterminer un marché cible	<p>3.1 Définir et analyser les caractéristiques démographiques du marché visé ainsi que ses besoins et intérêts</p> <p>3.2 Rechercher les marchés les plus appropriés pour des artistes pour des événements particuliers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consulter des diffuseurs et d'autres personnes-ressources (du milieu de la radio, des médias locaux, etc.) • Consulter les sources de références imprimées et électroniques (rapports SoundScan, fan-club, presse) • Dresser la liste des caractéristiques démographiques et des besoins de chacun des segments de marchés • Consulter des personnes-ressources pertinentes pour chaque segment de marché 	<ul style="list-style-type: none"> • DÉMONTRER UN ESPRIT D'ANALYSE (H9) • FAIRE PREUVE DE JUGEMENT (H8)