



STUDIO
TRINITY

ART · ADVISORY · INTELLIGENCE CULTURELLE

GUIDE · LEAD MAGNET
La Méthode
TRINITY.

*8 pages pour structurer un projet culturel
comme un programme industriel.*

INTRODUCTION

Pourquoi cette méthode existe.

Les projets culturels échouent rarement parce que l'idée est mauvaise. Ils échouent parce que personne n'a tenu le périmètre, le calendrier, le budget, ou la gouvernance. Le flou tue les projets culturels — pas le manque d'inspiration.

Studio TRINITY applique aux projets culturels les méthodes de pilotage des transformations industrielles : cadrage explicite, livrables nommés, jalons datés, rituels de gouvernance. Ce document partage cinq pratiques concrètes que nous installons sur chaque mission.

Ce n'est pas une théorie. Ce sont des gestes opérationnels que vous pouvez essayer dès demain, sur le projet que vous portez actuellement.

▮ « *La structure n'éteint pas la sensibilité. Elle lui permet de s'étendre.* »

SOMMAIRE

- 01 · Cadrer un projet culturel sans tuer la création
- 02 · Le canevas TRINITY de proposition à un mécène
- 03 · Cinq indicateurs pour piloter une exposition signature
- 04 · Le rituel de gouvernance qu'on installe sur chaque mission
- 05 · Trois questions à se poser avant de signer un brief

PRATIQUE 01

Cadrer sans tuer la création.

Le cadrage est un acte de respect — envers les artistes, envers les commanditaires, envers les publics. Il ne contraint pas la création : il la protège.

▮ « On ne cadre pas pour empêcher l'art d'arriver. On cadre pour qu'il ait lieu. »

QUATRE QUESTIONS À POSER AVANT DE COMMENCER

01 Qui décide quoi, et quand ?

Listez nominativement les décideurs et leurs périmètres. Une décision sans décideur identifié est une décision qui n'arrivera pas. Un projet culturel a typiquement 3 à 5 décideurs — pas plus, pas moins.

02 Qu'est-ce qui ne sera PAS livré ?

Le périmètre négatif vaut le périmètre positif. Si vous ne nommez pas explicitement ce qui est hors périmètre, vous l'aurez à vos frais en fin de projet.

03 Quel est le coût d'un échec partiel ?

Si l'œuvre est livrée mais sans inauguration, est-ce un succès ? Si l'inauguration a lieu mais avec 30% du public attendu ? Cadrez les seuils de réussite avant le démarrage.

04 Qui paie quoi, et à quelle date ?

Mécène principal, co-financeurs, contributions en nature, frais récupérables. Cartographiez les flux financiers AVANT la première dépense — sinon, vous découvrirez des trous trois mois trop tard.

PRATIQUE 02

Le canevas TRINITY de proposition à un mécène.

Une proposition gagnante n'est pas une plus longue. C'est une plus claire. Elle tient en six sections, dans cet ordre, avec ces titres exacts.

I. Vision

Pourquoi ce projet a du sens maintenant. Pas pour vous — pour le mécène, son territoire, son public, son époque. Une seule phrase nucléaire en ouverture.

II. Singularité

Ce que personne d'autre ne peut faire à votre place. Trois arguments décisifs, formulés en termes de ce que cela produit, pas en termes de ce que c'est.

III. Livrables

Ce qui sera produit, sous quelle forme, à quelle date. Tableau. Pas de prose. Le mécène doit pouvoir compter ce qu'il finance.

IV. Calendrier

Phases, jalons, dates clés, point d'inflexion possible. Un Gantt simplifié sur une page suffit. Pas de calendrier = pas de contrat.

V. Budget

Postes, montants, ce qui est inclus / exclu, hypothèses de cofinancement. Toujours proposer deux formules : recommandée et contrainte. Même ambition, périmètre modulé.

VI. Engagement

Ce que vous garanzissez. Délai, qualité, gouvernance, reporting. Un engagement écrit dans la proposition crédibilise plus qu'une dizaine de références.

▮ « *Le mécène n'achète pas votre passion. Il achète votre capacité à livrer.* »

PRATIQUE 03

Cinq indicateurs pour piloter une exposition signature.

Une exposition signature n'est pas un succès parce que les œuvres sont en place. Elle est un succès si ces cinq indicateurs sont au vert à J-30, J0 et J+30.

01 · Taux d'engagement décideurs

Mesure : nombre de décideurs ayant validé chacune des trois revues de cadrage. Cible : 100% à J-90, J-45, J-15. Sous 80% = warning.

02 · Variance budgétaire

Mesure : écart entre budget initial et budget actualisé. Cible : $\pm 5\%$ à mi-parcours, $\pm 3\%$ à J-30. Au-delà = arbitrage de réduction de périmètre.

03 · Avancement production

Mesure : nombre d'œuvres physiquement présentes sur site / nombre prévu. Cible : 60% à J-15, 100% à J-3. Trois jours avant l'inauguration, tout doit être en place.

04 · Préparation médiation

Mesure : médiateurs formés x heures d'ouverture couvertes. Cible : 100% des créneaux à J-7. Pas de médiation = pas de transmission = pas d'impact public.

05 · Pression presse

Mesure : nombre de retombées attendues à J0 / nombre de pitches envoyés. Cible : 30% minimum. Sous 15% = problème de récit.

PRATIQUE 04

Le rituel de gouvernance qu'on installe sur chaque mission.

La gouvernance d'un projet culturel ne se décide pas — elle se ritualise. Trois rituels, trois fréquences, trois formats. Tenus quoi qu'il arrive.

HEBDO · 30 minutes · Comité opérationnel

Lundi matin. Trois personnes maximum : pilote projet, référent artistique, référent commanditaire. Ordre du jour fixe : avancement, blocages, décisions de la semaine. Notes envoyées dans les 2 heures, archivées.

MENSUEL · 60 minutes · Comité de pilotage

Premier mardi du mois. Décideurs financiers et stratégiques. Tableau de bord avec les 5 indicateurs (cf. page précédente). Décisions actées au compte-rendu. Aucune décision en off.

TRIMESTRIEL · 90 minutes · Revue stratégique

Bilan, prospective, arbitrages structurants. Possibilité de re-cadrage du périmètre. Présence du mécène principal recommandée. Document de synthèse remis 5 jours avant.

▮ « Un projet sans rituel de gouvernance est un projet qui se découvrira à la dernière minute. »

PRATIQUE 05

Trois questions à se poser avant de signer un brief.

Le pire brief est celui qu'on signe parce qu'on n'a pas osé refuser. Posez ces trois questions avant le contrat — pas après.

01 · Qui décide vraiment ?

Pas qui signe le devis. Qui peut bloquer le projet à mi-parcours. Si vous ne pouvez pas le nommer, vous travaillez en aveugle. Demandez à rencontrer cette personne avant de signer.

02 · Qu'est-ce qui peut faire dérailler ce projet ?

Demandez la question au commanditaire — directement. Sa réponse vous dira plus sur le projet que tout le brief. Si la réponse est « rien », fuyez.

03 · Que se passe-t-il si je dis non ?

Test ultime : pouvez-vous refuser ? Si l'enjeu est tellement haut pour vous (CA, légitimité, ego) que le « non » est impossible, vous n'êtes pas en position de négocier le périmètre. Reportez la signature.

▮ « Refuser un brief mal cadré est l'acte commercial le plus rentable d'une carrière. »

CODA

Nous ne livrons pas des prestations. Nous livrons des décisions tenues.

*Avec la même exigence qu'un programme industriel,
et la même liberté qu'un atelier d'artiste.*

ÉTAPE SUIVANTE

Diagnostic 15 min — gratuit, sans engagement.

Pour identifier ensemble si une mission est pertinente,
et lequel des cinq formats Studio TRINITY est adapté.

RÉSERVER · studiotrinity.fr/contact

STUDIO TRINITY

Art Lab · Advisory · Intelligence Culturelle

21 rue des Filles du Calvaire, 75003 Paris

contact@studiotrinity.frstudiotrinity.fr

© Studio TRINITY · 2026. Tous droits réservés.