

Développer / manager un projet musical (FOAD - Formation à distance)



6

stagiaires



56

heures



8

jours



1960 €HT

2352 €TTC

Pour un artiste, réunir autour de son projet l'ensemble des professionnels composant l'industrie musicale (manager, éditeur, maison de disques, tourneur) à même de renforcer les chances de succès est devenu un premier objectif bien souvent difficilement atteignable. Aujourd'hui plus qu'hier encore, ces partenaires attendent en effet pour s'engager que le projet musical dispose déjà d'un environnement solide, c'est-à-dire une activité scénique réelle, une première exposition médiatique, et surtout une fan base croissante (tout ceci supposant l'existence d'enregistrements sonores ou vidéos de qualité suffisante). Aussi, la création de cet environnement dépend beaucoup de la capacité des artistes - ou de leurs soutiens proches - à pouvoir assurer eux-mêmes les premières étapes de développement de leur projet musical, à l'instar de tout entrepreneur. Mais un tel développement, pour être efficace, ne s'improvise pas, et pouvoir se former est devenu un sérieux atout, voire une étape indispensable. La formation « Développer / manager un projet musical » propose à ses participants d'acquérir un socle de connaissances étendu leur permettant de structurer leur projet musical. Dans ce cadre, les stagiaires seront d'abord amenés à comprendre le fonctionnement général de l'écosystème musical en France. Pour chaque secteur d'activités seront présentés les modèles économiques pratiqués, les différents métiers ainsi que les enjeux auxquels sont confrontés les professionnels.

Profil professionnel des stagiaires

- Artistes-interprètes ou musiciens (auteurs-compositeurs ou non)
- Professionnels de la musique (managers, producteurs de disques ou de spectacles)
- Professionnels en reconversion vers le management de projet musical

Prérequis :

- Etre porteur d'un projet musical dont le développement est envisagé par la scène et/ou la production d'un enregistrement
- Pratique préalable et maîtrise d'un traitement de texte (type Word) et d'un tableur (type Excel).
- La formation se déroulant en classe virtuelle, le stagiaire doit posséder une liaison internet, un ordinateur, une webcam (intégrée ou non) et un micro (intégré ou non). Il est toutefois recommander

Objectifs pédagogiques

- Acquérir une vision précise du fonctionnement et des enjeux des différents secteurs de l'industrie musicale : production phonographique, édition musicale, spectacle vivant, management
- Etre en mesure de concevoir et appliquer à son propre projet musical une stratégie de développement en s'appuyant sur un socle de connaissances couvrant ses différentes composantes : artistiques, administratives (y compris juridiques et financières), marketing et communication



les
escales
buissonnières



Développer / manager un projet musical (FOAD - Formation à distance)



6
stagiaires



56
heures



8
jours



1960 €HT
2352 €TTC

Description (suite)

Un état des lieux et une mise en perspective de chaque projet seront réalisés, puis les enseignements se concentreront sur les aspects pratiques et techniques propres à chaque secteur et applicables aux projets en phase de développement, tels que : assurer le dépôt de ses œuvres à la SACEM, monter un budget de production et trouver des financements, ou encore réaliser un dossier de presse. A l'issue de cet accompagnement professionnel et personnalisé, les stagiaires seront à même de se fixer des objectifs cohérents de développement (que ce soit atteindre un premier public ou présenter un projet convaincant à des partenaires professionnels), et de concevoir la stratégie à mettre en œuvre pour y parvenir, en toute autonomie.

La direction pédagogique du stage a été confiée à Gaël Chatelain, développeur de projets musicaux depuis plus de quinze ans. De formation initiale en droit (Master de Propriété intellectuelle), il a d'abord dirigé les éditions musicales du groupe cinématographique MK2 (Truffaut, Kieslowski, Chabrol), puis du label indépendant Atmosphériques (Abd Al Malik, Wax Tailor, Wampas, etc.), dont il a également assuré la direction artistique. Il a exercé - ou exerce encore - différents mandats au sein de structures institutionnelles et sociétés civiles tels que la Chambre Syndicale de l'Édition Musicale ou le Fonds pour la Création Musicale. Actuellement, Gaël Chatelain développe plusieurs projets musicaux via sa propre société d'édition, Helice (il a notamment contribué au succès de l'artiste Pep's, certifié Disque de platine et classé N°1 avec le titre « Liberta ») et via son label Telquel, distribué par Sony Music. Il assure enfin le management de l'artiste Malo'.



les
escales
buissonnières

Les formateurs

Gaël Chatelain

(juriste spécialisé en droit de la musique, éditeur musical)

Jean-Noël Scherrer

(producteur, tourneur (Cold Fame), musicien (Last Train))

Benjamin Petit

(programmateur salle de concert (Le Marché Gare - Lyon), responsable
antenne Régionale Les Inouïs du Printemps de Bourges)

Romain Berthault

(responsable relations presse et social media (DBAB Music))

Le programme

module
1

→ G.
Chatelain

→ Présentation

- Présentation de l'intervenant et de son parcours
- Objectifs et déroulé de la formation
- Présentation par les stagiaires de leurs projets respectifs
- Ecosystème de la musique

Connaître la structuration de l'industrie musicale à travers ses grands secteurs d'activité (édition musicale, production phonographique, production de spectacle, management) et comprendre la place de l'artiste en son sein.

- L'artiste-interprète et l'artiste-créateur

Apprendre à distinguer l'œuvre musicale de son interprétation/enregistrement, et comprendre les différences entre droits d'auteur (dont est titulaire l'artiste auteur-compositeur) et droits voisins (dont sont titulaires l'artiste-interprète et le producteur phonographique).

- Structuration du droit d'auteur (droit patrimonial et droit moral)

Maîtriser les notions juridiques fondamentales liées au droit d'auteur (conditions de protection de l'œuvre, droit patrimonial et droit moral, droit de reproduction et droit de représentation, durée des droits, sanction des atteintes au droit d'auteur...)

→ Le management d'artiste

- Rôle et missions du manager

Connaître la place et le rôle du manager lors des différentes phases de développement du projet. Comprendre les enjeux pour un artiste de collaborer

- ou non - avec un manager et savoir déterminer des critères de choix.

- Contrat de management (mandat de représentation)

Analyse des principales dispositions du mandat de représentation : durée, obligations du manager, rémunération du manager, etc.

- Le manager et les partenaires de l'artiste

Rapports de force et collaboration constructive, comprendre la relation entre le manager et les différents partenaires entourant l'artiste (producteur, éditeur, tourneur).

→ SACEM et gestion collective des droits d'auteur

- Typologies des œuvres et des auteurs

Savoir faire la distinction entre :

+ œuvre de collaboration, œuvre composite, œuvre dérivée, œuvre collective

+ auteur des paroles, compositeur, adaptateur, arrangeur

- Chronologie du développement de projet musical

Comprendre les principales phases de développement

d'un projet musical et savoir situer son projet.

- Réglementation fiscale et sociale du droit d'auteur

Savoir déclarer ses droits d'auteur à l'administration fiscale ; connaître et comprendre les prélèvements sociaux appliqués aux droits d'auteur ; analyse d'une note de droit d'auteur.

Exercice pratique : établissement d'une note de droit d'auteur

module
2

→ G.
Chatelain

Le programme (suite)

module
2

→ G.
Chatelain

- SACEM et gestion collective :
 - Missions de la SACEM : la perception et la répartition des droits, l'action culturelle
 - L'admission à la SACEM
- Connaître les conditions et modalités pour les auteurs-compositeurs et pour les éditeurs
- La déclaration d'une œuvre : conditions statutaires, formalités de la procédure de dépôt, analyse d'un bulletin
- Comprendre et maîtriser les clés de répartition statutaires des droits d'exécution publique et les usages professionnels pour la répartition des droits de reproduction mécanique ; savoir documenter le bulletin de déclaration d'une œuvre originale, d'un arrangement, d'une adaptation : exercices pratiques
- Les répartitions : structuration et analyse des feuillets
- Analyse des feuillets de répartition ; méthodologie de contrôle des perceptions. Exercice pratique.
- L'action culturelle : étude des subventions proposées (aide à l'autoproduction notamment)

module
3

→ G.
Chatelain

→ L'édition musicale

- Structuration du secteur et présentation économique
- Comprendre les interactions entre les éditeurs et les autres acteurs de la filière (managers, labels et producteurs de spectacles) ; les sources de revenus des éditeurs ; l'organisation d'une société d'édition musicale ; constitution et rôle de la Chambre syndicale de l'édition musicale
- Les différentes typologies d'éditeurs
- Savoir définir ses attentes et déterminer les critères permettant de s'orienter vers la typologie d'éditeurs la plus pertinente pour son projet (éditeur indépendant ou major, éditeur spécialisé dans la synchronisation ou dans le développement de projet...)
- Rôle et principales obligations des éditeurs à l'égard des auteurs-compositeurs
- Etude du Code des usages de l'édition musicale
- Les contrats conclus entre l'éditeur et l'auteur (pacte de préférence et contrat de cession et d'édition)
- Maîtriser les subtilités des contrats conclus entre un éditeur et ses auteurs : étendue, durée, prime, avance, exercice du droit de préférence, investissements de l'éditeur ; savoir en négocier les conditions essentielles
- Etude d'un relevé de droits
- Les contrats conclus entre l'éditeur et ses partenaires (co-édition, gestion, reversement, sous-édition)
- Panorama des différents contrats ; étude de leurs spécificités et conditions principales
- La promotion et la commercialisation des œuvres
- Placement des œuvres (song plugging)
- Musique à l'image (contrat de commande, de synchronisation)
- L'édition graphique
- Les aides financières bénéficiant aux éditeurs
- Aide à la pré-production (SACEM) et Aide au développement éditorial (FCM) : étude des conditions de recevabilité et bonnes pratiques
- cadre de la signature d'un nouvel auteur/compositeur

Le programme (suite)

module
3

→ G.
Chatelain

- Comprendre les attentes d'un éditeur
Connaître les principaux critères de décision des éditeurs dans le cadre de la signature d'un nouvel auteur/compositeur
Savoir présenter son travail à un éditeur, à l'écrit (supports son/image, dossier de presse, email de présentation) et à l'oral. Cas pratiques avec les stagiaires volontaires.

→ La direction artistique

- Enjeux de la direction artistique
Médias, publics, marketing : comprendre l'impact de la direction artistique sur un projet (formatage vs singularité, choix de la langue, etc.). Analyse des tops de vente. Présentation de l'outil Yacast.
- La direction artistique aux différents stades de création (composition, enregistrement, adaptation scénique)
Maîtriser les nuances et méthodologie. Ecoute et analyse des différentes versions de chansons. Ecoute et échange autour des chansons des stagiaires.
- Etre « signé » par un directeur artistique
Découvrir le métier de directeur artistique, ses différentes missions. Comprendre les critères et stratégies de signature. Cas pratique « démarcher un directeur artistique » : techniques et astuces.
- Le réalisateur artistique
Comprendre le rôle du réalisateur artistique, et sa relation avec le directeur artistique, l'artiste principal et les musiciens. Connaître les critères de choix d'un réalisateur artistique.
- Tubes et carrières d'artiste
Du single au tube : comprendre la mécanique de construction d'un tube. Comprendre l'impact d'un tube sur un projet, sur une carrière.
- Positionnement et univers visuel
Comprendre les enjeux de l'image d'un projet. Savoir définir une direction artistique « image ». Echange autour des visuels des projets des stagiaires.

module
4

→ R.
Berthault

→ Promotion et Marketing

- Vidéomusiques et autres contenus vidéos
Comprendre l'environnement juridique (contrat de production exécutive, contrat de réalisation et de cession de droits) et financier (budget, financement) de la production d'une vidéomusique. Savoir définir un planning de diffusion des différents contenus vidéos (dont still vidéo, vidéo lyrics, EPK) et comprendre leurs enjeux marketing et artistique.
- Les outils de communication
Maîtriser son storytelling. Apprendre à concevoir ses outils de communication (dossier de presse, ecard)
- Médias et partenariats
Comprendre l'organisation des médias en France (radios, TV, presse). Connaître le rôle des attachés de presse et savoir choisir le partenaire pertinent. Comprendre la structuration d'un partenariat média et savoir établir une stratégie d'achat d'espaces. Exercice pratique : réalisation d'un plan média
- La communication digitale
Comprendre les notions et enjeux du community management, du marketing digital et de la promotion sur les nouveaux médias. Savoir définir sa stratégie de communication digitale.



Le programme (suite)

module
5

→ J.-N.
Scherrer

→ Production et stratégie de développement scénique

- Organisation du secteur

Comprendre la structuration du secteur du spectacle vivant en France, l'organisation et le fonctionnement des entreprises de production. Connaître les principales réglementations applicables (la licence d'entrepreneur de spectacle, le régime de l'intermittence). Présentation du PRODISS et des autres organismes professionnels.

- Les contrats de la production de spectacle

Comprendre les clauses principales des différents contrats intervenant dans le cadre de la production (contrat d'engagement, contrat de coproduction)

- Financement du spectacle vivant

Connaître les différents modes de financement de la production et de la diffusion d'un spectacle. Présentation du CNV. Comprendre la méthodologie de calcul des produits de l'exploitation d'un spectacle.

- Budget de production

Comprendre les différents postes du budget de production. Savoir distinguer entre coûts fixes et coûts variables. Savoir déterminer son coût de plateau.

Exercice de calcul du résultat de tournée (pertes ou bénéfices).

- Fonctionnement d'une salle de spectacle

module
6

→ B. Petit

→ La diffusion du spectacle

- L'organisation et le fonctionnement d'un lieu de diffusion

Connaître les différentes typologies de lieu, leur organisation et leurs ressources

- Le métier de programmeur

Comprendre le rôle du programmeur, les sources et les méthodes de construction d'une programmation

- Les contrats de la diffusion de spectacle

Comprendre les clauses principales des différents contrats intervenant dans le cadre de la diffusion (contrat de cession du droit d'exploitation d'un spectacle, contrat de promotion locale, contrat de coréalisation).

- Stratégie de développement live et booking

Connaître les différentes étapes de développement scénique d'un projet musical. Savoir définir ses objectifs et une stratégie pour les atteindre.

Comprendre comment définir une stratégie de booking et connaître sa méthodologie de mise en œuvre. Savoir fixer son prix de vente. Présentation des outils et documents de prospection et de diffusion (argu, rider, fiche technique, plan de feux).

Le programme (suite)

→ La production phonographique

- Contrats et droits des artistes-interprètes Comprendre les principes généraux de la cession de droit. Savoir distinguer entre artiste principal et artiste-musicien, entre contrat d'artiste et contrat de licence. Connaître les principales clauses des contrats conclus entre un label et un artiste et savoir les négocier. Exercice pratique de synthèse de contrat.
- La Convention collective de l'édition phonographique Présentation générale de la CCNEP - Rémunération des artistes-interprètes Connaître les modalités de rémunération de artistes principaux et des artistes musiciens, telles que prévues par la loi, la réglementation et les usages (notion de « service », règles de calcul des minimas, les rémunérations complémentaires, etc.). Exercices pratiques de calcul de rémunérations.
- Le budget de production Savoir construire le budget de production d'un enregistrement phonographique. Analyse des différents postes. Savoir négocier avec les prestataires, les musiciens, le réalisateur artistique.
- Le financement de la production (subventions, crowdfunding, mécénat) Savoir construire un plan de financement. Méthodologie de la recherche de subventions (les différents « guichets », éligibilité, timing, etc.). Méthodologie du financement participatif (les prérequis, importance du P&L, mise en œuvre et suites de l'opération de crowdfunding). Présentation des autres sources de financement. Comprendre le calcul du seuil de rentabilité. Exercice pratique.
- L'organisation de la production Connaître les différentes étapes de la production. Planning et logistique.

→ L'exploitation des enregistrements

- La distribution des enregistrements Structuration et évolution du marché des supports physiques (CD et vinyle) et de la distribution numérique (téléchargement et streaming). Comprendre les principales clauses du contrat de distribution. Présentation des outils de commercialisation (argumentaire commercial, bon de précommande).
 - Les exploitations secondaires Comprendre le rôle des sociétés de gestion collective des producteurs phonographiques (SCPP et SPPF) et des artistes-interprètes (ADAMI et SPEDIDAM). Synchronisation et autres exploitations secondaires : étude du cadre contractuel.
 - Les exploitations dérivées Etude des différents modes d'exploitation des attributs de la personnalité de l'artiste : merchandising physique et digital, sponsoring, partenariats et concerts privés.
 - Le calcul des royalties Comprendre les modalités de calcul des royalties (assiettes, taux, paliers, abattements, etc.). Exercice pratique : réalisation d'un décompte de royalties.
-

Le programme (suite)

→ **Évaluation des acquis**

- Cas pratique reprenant l'ensemble des notions abordées. Correction collective et FAQ.

→ **Synthèse / Présentation par les stagiaires d'une stratégie de développement**

- Faisant la synthèse de toutes les notions abordées pendant la formation les stagiaires préparent une stratégie de développement et un plan d'action répondant aux spécificités de leur projet.

- Analyses et commentaires du formateur principal. Echanges et débat.

→ **Bilan de la formation**

Modalités pédagogiques

Techniques pédagogiques

→ Exercices

Des exercices de mise en pratique sont régulièrement proposés à l'issue de la présentation théorique des notions abordées

→ Débat, discussion

→ Exposé / cours théoriques

→ Entretien avec des professionnels

Des échanges sont menés régulièrement avec les formateurs, tous des professionnels expérimentés en activité.

Support de travail

→ Modèles de contrat, documents professionnels

→ Ressources vidéo et sonores

Moyens techniques

→ Moyens techniques pédagogiques :

- Classe virtuelle mise en place à l'aide de la plateforme de visioconférence.

- 2 dossiers sur un cloud : 1 pour les documents communs à tous les stagiaires et 1 nominatif pour le partage des travaux avec la formatrice et les documents administratifs.

→ Modalités d'assistance technique :

- En amont de la formation : une assistance individualisée d'une durée d'une heure sera apportée à chaque stagiaire pour installation et formation à la plateforme de visioconférence et au partage de documents sur les dossiers du cloud.

- Durant les classes virtuelles, l'assistance est synchrone avec partage d'écran, partage de tableau blanc commun à tous, et caméra avec le son en permanence. Tous les stagiaires sont visibles en vignette ainsi que le formateur, même pendant les partages d'écrans.

Modalités pédagogiques (suite)

Évaluation

L'évaluation est continue tout au long de la formation, notamment lors des exercices réguliers de mise en pratique.

- Des bilans et synthèses personnalisés sont effectués par le formateur
- En fin de stage, chaque stagiaire ayant suivi l'intégralité de la formation se verra remettre une attestation de suivi de stage.