

Autoproduire et vendre son live

(Formation à distance)

Description :

« Trouver des dates » est généralement le premier objectif recherché par les artistes qui démarrent un projet musical car c'est à la fois le plus naturel - il permet de se confronter directement au public - et celui dont les enjeux sont les mieux compris.

Dans l'économie d'un projet, cette activité joue un rôle central : c'est souvent par elle que seront générés les tous premiers revenus (ceux qui permettront parfois de financer les premiers enregistrements), qui assurera une stabilité financière au musicien bénéficiant du régime de l'intermittence, et in fine qui participera largement à son enrichissement en cas de succès.

Si la priorité que se fixent les artistes est de « chercher un tourneur », dont le réseau et l'expertise permettra d'accélérer leur développement scénique, un tel partenaire ne décidera de s'impliquer qu'une fois le projet suffisamment avancé, en particulier sur le plan du live. Ainsi, ce n'est pas l'artiste qui trouvera le tourneur, mais bien souvent le tourneur qui viendra proposer d'accompagner un projet dont il aura eu écho. Dès lors, c'est à l'artiste qu'il revient dans un premier temps de construire son activité scénique, à même de constituer un public et lui offrir la visibilité nécessaire.

Profil professionnel des stagiaires

- Artistes interprètes (musiciens, DJs) souhaitant assurer eux-mêmes la production et la diffusion de leur live.
- Managers.

Prérequis :

- Pratique préalable d'un traitement de texte (type Word).

Positionnement pédagogique

Un entretien téléphonique sera effectué en amont de la formation pour valider le parcours professionnel et les prérequis du candidat.

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les aspects administratifs (juridiques et financiers) de la production de concert.
- Savoir définir la stratégie de diffusion de ses concerts.
- Savoir réaliser ses propres outils de communication et de vente.
- Maîtriser les techniques de vente propres à la diffusion de spectacles en musiques actuelles.



6

stagiaires



48

heures



12

demi-journées



1920

€HT
2304,00 €TTC

Description (suite)

C'est pour aider les artistes (ou leur management) à y parvenir que Les Escapes Buissonnières propose un stage consacré à l'auto-production et à l'auto-diffusion du live.

Les interventions des différent.e.s professionnel.le.s (en charge de la direction et programmation d'une salle, de l'administration de production, du booking, et pour certain.e.s également artistes) permettront aux stagiaires d'appréhender les différents aspects de ces activités, tant au niveau stratégique qu'opérationnel, et de mettre en pratique leurs connaissances nouvelles à l'occasion de différentes simulations. Seront ainsi abordés l'environnement administratif et juridique du spectacle vivant (réglementation, budget et financements, subventions, contrats), la commercialisation du spectacle (prospection et vente), ou encore sa promotion.

Les jeux de rôle proposés, le contenu des enseignements et les échanges avec les professionnel.le.s seront autant d'atouts pour permettre aux stagiaires de vendre efficacement leur projet aux programmeurs de salles de concert, et par là-même de développer leur activité scénique.

Le programme

jour 1

MODULE 1 – Organisation du secteur du live – 4h

→ La place du live au sein de l'industrie musicale

Analyse d'une cartographie des acteurs de l'industrie musicale, comprendre les interactions entre ces acteurs.

→ Structuration du secteur du live : les acteurs, les métiers

Comprendre la structuration du secteur du spectacle vivant en France, l'organisation et le fonctionnement des entreprises de production et des lieux de diffusion.

→ Focus métier - la programmation musicale

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

jour 2

MODULE 2 – Cadre administratif et juridique de la production – 4h

→ Réglementation du spectacle vivant

Connaître les principales réglementations applicables (la licence d'entrepreneur de spectacle, la présomption de salariat, le régime de l'intermittence).

Présentation du PRODIS et des autres organismes professionnels.

→ Structuration de l'« artiste-producteur »

Connaître les principales différences de statuts juridiques (artiste-salarié, EI, association, société). Comprendre les enjeux, forces et limites de ces différents statuts dans le cadre de la production de spectacle.

Le programme (suite)

jour 3

MODULE 3 – Stratégie de diffusion – 4h

→ **La place du live dans la stratégie de développement d'un projet musical**

Comprendre les enjeux du live dans le développement d'un projet et son articulation avec les autres activités de l'artiste (production phonographique en particulier). Savoir cibler son public. Enjeux artistiques du live. Tremplin et dispositifs d'accompagnement scénique.

→ **Stratégies de diffusion**

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.

jour 4

MODULE 4 – Le budget de production – 4h

→ **Les charges de production et de diffusion**

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

→ **Le compte de résultat**

Comprendre la méthodologie de calcul des produits de l'exploitation d'un spectacle. Exercice de calcul du résultat de tournée (pertes ou bénéfices).

jour 5

MODULE 5 – Subventions et financement du spectacle – 4h

→ **Les subventions du spectacle**

Présentation du CNM. Connaître les différents dispositifs de subvention du spectacle. Connaître les bonnes pratiques pour la constitution d'une demande.

→ **Les autres financements**

Connaître les autres modes de financement de la production et de la diffusion d'un spectacle : mécénat, soutien financier des autres partenaires de l'artiste (tour support...), sponsoring.

jour 6

MODULE 6 – Les outils du booking – 4h

→ **Les documents techniques**

Être capable d'établir un rider, une fiche technique, un plan de feux.

→ **Les documents et outils de prospection**

Présentation des outils et documents de prospection et de diffusion (pitch / argu, mailing liste, ecard). Savoir construire une base de données (fichier contacts).

Le programme (suite)

jour 7

MODULE 7 – Méthodologie de la prospection – 4h

→ **Les outils de la prospection (suite)**

Analyse des outils de diffusion (pitch / argu, mail de prise de contact) réalisés par les stagiaires.

→ **Le processus de démarchage**

Connaître les techniques de prospection (emailing, démarchage téléphonique, réseautage...). Simulations de démarchage téléphonique.

Travail à réaliser chez soi : à l'issue du module, les stagiaires écrivent et transmettent au formateur un mail de prospection (prise de contact) qui devra contenir un pitch, un argumentaire et des éléments de communication (photos, visuels, liens).

Le formateur débriefera les mails reçus lors du module 10.

jour 8

MODULE 8 – Les contrats du spectacle – 4h

→ **Les contrats de la production**

Connaître les contrats intervenant dans le cadre de la production (contrat d'engagement, contrat de coproduction) et en comprendre les clauses principales.

→ **Les contrats de la diffusion**

Connaître les contrats intervenant dans le cadre de la diffusion (contrat de cession du droit d'exploitation d'un spectacle, contrat de promotion locale, contrat de co-réalisation) et en comprendre les clauses principales.

jour 9

MODULE 9 – Méthodologie de vente – 4h

→ **Les conditions de la vente**

Savoir fixer son prix de vente et les conditions essentielles de la cession (modalités contractuelles).

→ **Le processus de vente**

Comprendre les techniques de négociation. Simulation de vente.

→ **Focus métier – le booking**

Comprendre les enjeux et attentes d'un tourneur professionnel, et les critères de « signature » de nouveaux projets.

jour 10

MODULE 10 – Simulation de vente – 4h

→ **Débriefing des mails de prospection**

Le formateur effectue une analyse des mails de prospection que chaque stagiaire lui a transmis à l'issue du module 7.

→ **Simulations d'entretiens de vente complets**

Jeux de rôle entre les stagiaires et le formateur : prise de contact téléphonique, présentation du projet, relance, négociation. Analyse des simulations. Échanges.

Le programme (suite)

jour
11

MODULE 11 – Promouvoir son spectacle – 4h

→ **Les outils de la promotion**

Analyse d'outils et supports de promotion (flyers, affiches, bannières).

→ **Stratégie de communication**

Savoir établir un plan de communication et comprendre sa mise en œuvre.

Focus : la communication sur les réseaux sociaux de l'artiste (création des contenus, wording, rétroplanning).

jour
12

MODULE 12 – Évaluation des acquis et synthèse – 4h

- Afin d'évaluer les acquis concernant la maîtrise des aspects administratifs (juridiques et financiers) de la production de concert, les stagiaires répondent à un QCM dans un temps imparti.

- Faisant la synthèse de toutes les notions abordées pendant la formation, chaque stagiaire présente une stratégie de diffusion de son projet et une roadmap.

- Analyse et commentaires de l'intervenant-e. Échanges et débats.

- Correction collective du QCM et synthèse des grandes notions abordées.

- Foire aux questions.

Modalités pédagogiques

Techniques pédagogiques

→ Exposés / cours théorique

→ Exercices

Des exercices de mise en pratique sont régulièrement proposés à l'issue de la présentation théorique des notions abordées, notamment des jeux de rôle plaçant les stagiaires en situation professionnelle (simulations de démarchage téléphonique - module 7, simulations de vente - module 9, simulations d'entretien complets - module 10).

→ Entretien avec des professionnels

Des échanges sont menés régulièrement avec le formateur, professionnel expérimenté en activité.

→ Débat, discussion

À l'issue de l'écoute du travail réalisé par les stagiaires

Supports de travail

→ Modèles de contrat, documents professionnels partagés via l'espace extranet mis à disposition des stagiaires.

Moyens techniques

MODALITÉS D'ORGANISATION À DISTANCE

→ Mise à disposition d'un espace extranet individualisé

Échange de documents administratifs et pédagogiques, gestion de l'agenda de formation, accès à la classe virtuelle, émargement.

→ Classe virtuelle

Mise en place à l'aide de la plateforme Dendreo Live.
(Fonctionnalité intégrée dans l'espace extranet).

→ Assistance individualisée

Organisée en amont de la formation et d'une durée d'un quart d'heure, elle permettra à chaque stagiaire de prendre en main les outils mis à disposition et de vérifier qu'il dispose des équipements requis en ordre de marche (ordinateur ou tablette, caméra et micro).

Modalités pédagogiques (suite)

Évaluation

L'évaluation est continue tout au long de la formation, notamment via les exercices pratiques et les mises en situation.

Évaluation finale

- L'évaluation des acquis pour l'objectif pédagogique « Maîtriser les aspects administratifs (juridiques et financiers) de la production de concert » est effectuée module 12 : chaque stagiaire répond à un QCM dans un temps imparti.
- L'évaluation des acquis pour l'objectif pédagogique « Savoir définir la stratégie de diffusion de ses concerts » est effectuée module 12 lors de la présentation par chaque stagiaire d'une stratégie de diffusion de son projet et roadmap.
- L'évaluation des acquis pour l'objectif pédagogique « Savoir réaliser ses propres outils de communication et de vente » est effectué module 10 : évaluation par le formateur du travail réalisé par chaque stagiaire à l'issue du module 7 (envoi d'un mail de prospection contenant les éléments de communication et de vente).
- L'évaluation des acquis pour l'objectif pédagogique « Maîtriser les techniques de vente propres à la diffusion de spectacles en musiques actuelles » est effectuée module 10 lors des simulations d'entretiens de vente complets.

Inscription

Sur notre site internet : escalesbuissonnieres.fr