

Fiche formation

# MUSIC ARTISTIC MANAGEMENT

400h

## LES POINTS CLÉS DE LA FORMATION

Cette formation est destinée aux personnes souhaitant acquérir les connaissances liées aux codes de l'industrie musicale actuelle. Ainsi, les objectifs sont d'une part, d'être en capacité de développer et gérer son image/sa carrière ; d'autre part, de mettre en application ses acquis afin de promouvoir d'autres talents dans le cadre d'une direction artistique. Cette formation donne lieu à la production d'un EP signé sur un label et disponible sur les principales plateformes de streaming.

**60% de pratique, 40% de contenu pédagogique**

### PUBLIC VISÉ

Toute personne souhaitant exercer le métier de producteur de musique, de Dj professionnel, ou bien en tant que directeur artistique, manager d'artiste, tourneur, etc. Ces métiers sont propres aux secteurs de la culture et de l'événementiel.

### PRÉREQUIS

Maîtriser parfaitement les techniques de mix et de production MAO sur Ableton. Ou avoir validé la formation "Régisseur son, Producteur MAO/Dj". Possibilité de mise à niveau en production musicale via une classe préparatoire "Music Producer". Disposer d'un "studio mobile" : ordinateur portable puissant, casque de mix/mastering, logiciel Ableton, carte son portable.

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

9 cabines Dj entièrement équipées (platines numériques, vinyles, contrôleurs), un espace scénique, une salle de cours, 23 postes MAO, et 2 studios de production et mastering. Nos locaux et équipements sont accessibles en dehors des heures de cours, sur l'ensemble de notre amplitude horaire (de 9h à 20h), ce de manière à favoriser le travail personnel dans des conditions de travail optimales.

### MODALITÉS ET SUIVI D'ÉVALUATION

- **Assiduité** : feuille d'émargement par demi journée, entretien inter-semestriel
- **Contrôle continu** : dossiers à réaliser, QCM, création de mix et de compositions musicales, évaluation finale sur scène face à un jury composé de professionnel ainsi que l'ensemble des stagiaires de la promotion

## INFORMATIONS PRATIQUES

### DURÉE ET MODALITÉS D'ORGANISATION

- **Dates d'entrée en formation** : lundi 27 septembre 2021 / lundi 28 février 2022
- **Durée** : 400 heures
- **Horaires** : 14h-20h
- **Organisation** : présentiel et distanciel en cas de force majeure
- **Effectif par classe** : 12 stagiaires maximum

### ACCESSIBILITÉ

- **Lieu de la formation** : 5, rue Ligier - 33000 Bordeaux
- Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour étudier la faisabilité*
- **Délai d'accès** : jusqu'à 48h avant le début de la formation (dans la limite des places disponibles)
- Éligible CPF et accessible VAE*

### TARIF ET ADMISSION

- **Prix** : 4 940 €\*
- **Admission** : envoi d'une démo sur le DAW de votre choix + concours d'admission et entretien individuel

\*Si paiement comptant. Merci de nous contacter pour les autres modalités de paiement.

Art School - 5 rue Ligier - 33000 Bordeaux - France - Siret : 884 682 097 00016 - Naf : 8559A - RCS 884 682 097 RCS - n° de déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 75331257433 auprès du préfet de la Gironde (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état)-SARL au capital de 1000 € -  
Tel : 05 57 22 97 25 - Email : contact@art-school.fr - www.art-school.fr

# PROGRAMME DE FORMATION

## ATTEINDRE L'AUTONOMIE DANS SA CREATION ARTISTIQUE

### INTRODUCTION

- L'état d'esprit artistique
- S'équiper : smartphone, applications, PC, outils en ligne

**Objectif : Connaître les compétences et attitudes indispensables pour débiter**

### LA CONSTRUCTION DES HITS ET LES CODES DES MUSIQUES ACTUELLES

- Techniques d'écritures, création de différentes bases
- Déstructuration et caractéristiques des différents styles musicaux
- Ecoute et articulation de maquettes
- Anticiper et comprendre les modes et nouvelles vagues

**Objectifs : Étudier les techniques de production, comprendre et anticiper les caractéristiques musicales actuelles et à venir**

## DEVELOPPER LA MAITRISE DE SOI ET SES COMPETENCES RELATIONNELLES

### LA PSYCHOLOGIE DE L'ARTISTE

- Gestion de la créativité
- Gestion du succès et des échecs
- Hygiène de vie, stress, addictions

**Objectif : Savoir gérer ses émotions en fonction des aléas de la vie d'artiste**

### LES ACTEURS DU MONDE DE LA MUSIQUE

- Label
- Focus sur le Manager
- Business manager
- Tour manager
- DA (directeur artistique)
- Booker
- Promoteur
- Programmateur
- Editeur

**Objectifs : Identifier et comprendre le(s) rôle(s) des acteurs du monde de la musique**

### L'IMPORTANCE DE L'ATTITUDE PROFESSIONNELLE AU TRAVERS DE SON LANGAGE ET DE SES COMPETENCES RELATIONNELLES

- La carrière de l'artiste
- Les termes techniques et jargon employé
- La PNL (programmation neuro-linguistique)
- L'importance de parler Anglais
- Entretenir une relation durable

**Objectif : Être en mesure d'adapter son attitude en fonction de ses objectifs et interlocuteurs**

## MAITRISE LA PROMOTION, LES RESEAUX SOCIAUX, PUBLIER DU CONTENU

### LA COMMUNICATION VIA LES RESEAUX SOCIAUX

- Séance shooting photo
- Création des profils pro sur les réseaux sociaux
- Community manager: rôle, missions
- Youtube: création de sa chaîne, référencement, live (OBS) pub (google ad)
- Soundcloud: création de son compte, enjeux, stratégies
- Le rôle des influenceurs

**Objectifs : Assurer une présence cohérente sur les réseaux pour construire et fédérer sa communauté afin de générer de l'engagement**

### LES CONTENUS VIDEOS ADAPTES AUX MOMENTS CLES DE SES RELEASES

- Live stream: utilité, création, mise en ligne
- Créer ses propres lyrics videos / Motion Design

**Objectifs : Créer des temps forts sur les réseaux en fonction de son release plan. Entretenir et développer son identité musicale et visuelle via du contenu attractif.**

### L'IMPORTANCE DE LA PROMOTION POUR FAIRE CONNAITRE ET VENDRE SES PROJETS ARTISTIQUES

- Le rôle et les missions de l'attaché(e) de presse
- Spécialisation presse écrite, web, radio ou télé
- L'enjeux des playlists Spotify, iTunes, Deezer (recherche et listing)
- Monter une campagne de publicité sur les réseaux sociaux
- L'auto-promotion et ses limites, le budget promotion
- Réaliser des newsletters et les planifier (création)
- Identifier et cibler les bons médias / interlocuteurs
- Envoyer sa musique aux autres artistes

**Objectifs : Développer son auto-promotion et en connaître les limites, intégrer les enjeux de la communication promotionnelle et savoir cibler les médias de façon stratégique**



## DEVELOPPER SON SHOW LIVE ET SON BOOKING

### LE SHOW LIVE

- Adapter son DJ set (et/ou live) en fonction de l'événement (lieux, line up..)
- Arranger ses compositions pour les jouer en live.
- Création des visuels nécessaires pour animer ses shows.
- Fixer son tarif, cache, négocier et faire valoir son prix
- Créer son rider technique et hospitality

**Objectif :** *Savoir jouer sa musique en Live (warping, mash-up) et adapter son set en fonction de l'événement.*

### L'IMPORTANT DU RESEAU ET DES COLLABORATEURS

- S'entourer d'une équipe compétente : photographe, designer, musicien, etc
- Les collaborations artistiques (featuring)
- Faire une collaboration avec un artiste : méthode, contact, répartition
- Obtenir des partenariats : cibler, évaluer, prendre contact, négocier
- Se faire sponsoriser : par une marque, pour un événement

**Objectifs :** *Connaître les particularités propres à chaque type de collaboration. Savoir s'entourer et réseauter.*

### LA VIABILITE ECONOMIQUE D'UN PROJET AVEC OU SANS PRODUCTEUR

- Le producteur et son investissement
- La distribution digitale et/ou physique
- L'auto-production et ses limites (faire un business plan de son projet)
- L'intérêt du financement participatif
- Part "Master" et notion de propriété
- Le développement du modèle 360 (feedback)

**Objectifs :** *Différencier et négocier les différents types de contrats. Savoir déterminer le budget adapté à la viabilité économique de son projet, avec ou sans producteur*

## TROUVER SON IDENTITE ARTISTIQUE

### LA RECHERCHE D'UNE IDENTITE, D'UNE COULEUR ARTISTIQUE

- Développer son identité sonore à travers des sonorités "marquantes"
- Travailler son "Go To Folder" pour rester sur sa ligne artistique.
- Trouver son image artistique et son nom d'artiste
- Rédiger sa biographie en FR / EN

**Objectifs :** *Trouver sa propre ligne artistique et construire son identité musicale et visuelle*

## ETABLIR SON STATUT JURIDIQUE, RECHERCHER DES FINANCEMENTS ET SUBVENTIONS

### LES STATUTS JURIDIQUES ADAPTES AUX ARTISTES ET LES FINANCEMENTS/SUBVENTIONS QUI EN DECOULENT

- Les différentes aides et subventions
- Les différents statuts juridiques (cotisations, taxes, impôts)
- La SACEM et son rôle central, montage dossier d'adhésion
- ADAMI, SPEDIDAM, IRMA
- Création de son entreprise

**Objectifs :** *Structurer et dessiner les contours administratifs de son projet musical pour solliciter les bonnes aides et subventions.*

## CONTACTER UN LABEL, UNE MAISON DE DISQUES, SUIVRE UN RELEASE PLAN

### DE LA PRISE DE CONTACT A LA SIGNATURE AVEC UN LABEL/ UNE MAISON DE DISQUES

- Trouver le contact de l'A&R, rédaction d'e-mail et envoi
- Décortiquer un contrat type, durée, clauses, territoires, pièges
- Royalties: ventes digitales, streaming
- Monetisation: redevances Youtube, Facebook, Instagram
- Synchronisation: TV, pub, film, radio
- Droits voisins
- TAXES: impôts sur les redevances

**Objectifs :** *Savoir réseauter, prendre contact et comprendre la répartition des redevances financières de son projet*

### LE RELEASE PLAN : OUTIL DE TEASING ET DE LONGEVITE DES PROJETS MUSICAUX

- Construire un release plan sous forme de rétroplanning
- Définir le contenu de son release plan (vidéo asset, pre save, pitch, release date, etc)

**Objectifs :** *Établir et suivre un "release plan" pour la sortie de son oeuvre avant, pendant et après le jour J.*