



Programme de formation : Développer son projet artistique musical avec les logiciels de création

Mise à disposition de matériel par apprenant : vidéo, logiciels de montage et logiciels sonores

Public visé : Artistes musicaux (chanteurs, musiciens, compositeurs) souhaitant structurer et développer leur activité artistique musicale en autonomie, et managers d'artistes en début d'activité.

Prérequis :

- Maîtrise des bases des outils numériques (web, traitement de texte, réseaux sociaux, tableur).
- Avoir un projet de structuration et de développement d'activité artistique musicale.

Modalités et délais d'accès :

- Formation accessible toute l'année, entrées et sorties permanentes avec positionnement initial.
- Mise à disposition de matériel vidéo, logiciels de montage et logiciels sonores

Durée : 166 heures (format mixte : présentiel et distanciel)

Tarif : 8000 €

Objectif : Structurer et développer une activité artistique musicale

Phase 1 – Clarifier son projet artistique et professionnel

Objectif : Poser les fondations de son activité en identifiant son identité artistique, ses objectifs professionnels et les moyens adaptés pour y parvenir.

- Identification du positionnement artistique et professionnel
- Définition des objectifs à court, moyen et long terme
- Auto-diagnostic (forces, faiblesses, besoins, ressources)
- Introduction aux structures juridiques et statuts d'artistes

Phase 2 – Structurer son activité : juridique, administratif, financier

Objectif : Apporter un cadre solide à son activité avec les bons choix de structure, d'organisation et de partenaires.

- Choix de la forme juridique et du statut adapté
- Introduction aux contrats liés à l'exploitation de l'œuvre (types, usages)
- Introduction à la gestion administrative et comptable

Phase 2 partie 1 : Maîtriser les contrats musicaux et protéger ses intérêts

Objectif : Savoir analyser les contrats liés à l'exploitation d'une œuvre musicale pour défendre ses droits artistiques et financiers.

- Lecture approfondie de contrats : édition, production, distribution, management
- Analyse des clauses sensibles : cession des droits, durée, rémunération, exclusivité
- Identification des engagements et des risques



- Outils et ressources juridiques spécialisées (modèles, guides, plateformes, avocats)
- Atelier : étude comparative de deux contrats réels, ajustements à proposer

Phase 2 partie 2 : Gérer efficacement son activité musicale

Objectif : Mettre en place une organisation professionnelle autonome et conforme aux exigences du secteur.

- Présentation des outils de gestion numérique : facturation, trésorerie, gestion des droits d'auteur
- Définition et automatisation des processus opérationnels : suivi des contrats, échéanciers, archivage
- Constitution d'un organigramme de prestataires (comptable, juriste, gestionnaire SACEM...) avec justification de leur choix
- Atelier : création de son tableau de bord d'activité et planification mensuelle

Phase 3 – Mettre en œuvre son organisation et sa gestion quotidienne

Objectif : Construire une méthode de gestion opérationnelle et autonome.

- Définir des processus (suivi des droits, échéanciers, archivage)
- Sélectionner les outils numériques adaptés
- Créer son réseau de prestataires (comptable, juriste, gestionnaire SACEM...)
- Atelier : planification et automatisation des tâches récurrentes

Phase 4 – Financer et faire grandir son projet

Objectif : Identifier les sources de financement, comprendre les critères d'éligibilité et savoir constituer un dossier.

- Panorama des aides publiques et privées
- Stratégie de financement alignée avec le projet
- Préparation de dossiers de demande de financement
- Atelier : simulation de dossier et calendrier prévisionnel

Phase 5 – Construire et piloter sa communication digitale

Objectif : Développer une stratégie de visibilité cohérente avec son identité artistique.

- Benchmark et analyse de la concurrence
- Définition des personas et objectifs de communication
- Création de contenus multi-plateformes (posts, vidéos, formats)
- Élaboration d'un calendrier éditorial et publicitaire

Phase 6 – Promouvoir son projet par des campagnes efficaces et responsables

Objectif : Savoir utiliser les plateformes digitales pour promouvoir son activité de manière inclusive et mesurée.

- Lancer une campagne publicitaire ciblée
- Intégrer les principes de sobriété numérique et d'accessibilité

- Suivre les résultats et ajuster la stratégie (KPI, feedback)
- Atelier : construction et pilotage d'une mini-campagne

Phase 7 – Mise en pratique – Réalisation d'un tournage vidéo

Objectif : Appliquer concrètement les notions de création audiovisuelle en réalisant une vidéo artistique dans des conditions professionnelles.

- Utilisation de matériel professionnel (caméras, micros, éclairages)
- Tournage encadré en studio
- Initiation à la réalisation vidéo : cadrage, lumière, prise de son, direction artistique
- Accompagnement technique et artistique tout au long du tournage

Phase 8 – Création avancée de vidéos pour artistes

Objectif : Produire des contenus vidéo professionnels et engageants adaptés aux plateformes digitales.

- Conception de formats créatifs : clips, teasers, formats courts (TikTok, Reels, Shorts)
- Techniques de storytelling visuel pour le digital
- Utilisation avancée de logiciels de montage (Premiere Pro, DaVinci, CapCut)
- Intégration sonore : mixage, habillage, voix off
- Notions de motion design : intros animées, titres dynamiques, lyrics intégrés
- Réalisation de contenus impactants à budget maîtrisé

Phase 9 – Design digital et identité visuelle de projet artistique

Objectif : Construire une identité visuelle forte et reconnaissable sur tous les supports numériques.

- Crédit d'une charte graphique simplifiée (couleurs, typographies)
- Élaboration d'un kit visuel : logo, covers, templates
- Harmonisation des supports visuels : Instagram, YouTube, publicités
- Introduction à Canva Pro, Figma ou Adobe Express
- Notions de branding personnel pour musiciens

Phase 10 – Outils et automatisation opérationnelle

Objectif : Structurer et automatiser sa stratégie de communication pour gagner en efficacité.

- Prise en main d'outils de planification : Notion, Trello, Buffer, Meta Business Suite
- Organisation d'un calendrier éditorial à la semaine ou au mois
- Publication multi-plateformes automatisée
- Mise en place d'un système de veille : tendances, visuels, hashtags
- Gestion optimisée du temps et des contenus

Phase 11 – Analyse avancée des performances et tableaux de bord

Objectif : Savoir interpréter ses données digitales pour améliorer ses actions de communication.

- Lecture et compréhension des analytics : TikTok, YouTube, Meta
- Segmentation de l'audience : comportement, localisation, âge
- Création de tableaux de bord simples (Google Sheets, Data Studio)
- Suivi des indicateurs clés : engagement, conversions, fidélité
- Ajustement des contenus selon les résultats observés

Phase 12 – Anticiper les évolutions et pérenniser son activité

Objectif : Mettre en place une veille active et rester pertinent dans un secteur en mutation.

- Outils et sources de veille
- Identifier les signaux faibles, tendances, innovations
- Intégration des éléments de veille dans sa stratégie
- Atelier : création de son système de veille personnalisé

Phase 13 – Préparation de son projet de structuration artistique

Objectif : Mobiliser l'ensemble des compétences acquises (artistiques, juridiques, financières, numériques) pour structurer et présenter son projet professionnel.

- Choix d'un projet artistique ou de développement de structure (label, auto-production, collectif, etc.)
- Rédaction d'un dossier de structuration (juridique, financier, artistique, stratégique)
- Intégration des éléments de communication et de diffusion

Modalités d'évaluation :

- Dossier de projet professionnel accompagné
- Soutenance orale en condition réelle

Accessibilité handicap : Aménagement possible sur demande via le référent handicap.

