

PORTEUR DE PROJETS MUSICAUX ?



Comment développer son projet musical quand on débute dans la musique ou que l'on se reconvertisse dans ce secteur ?

Guide pour comprendre et avancer dans le milieu musical

Julie Rakot

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

SOMMAIRE (1/2)

Introduction	p.4
Qui suis-je ?	p.5
Les acteurs de la filière musicale	p.7
Partie 1 – Construire un projet artistique solide et cohérent	
1 - Univers artistique	
1.1 - Ton univers musical	p.9
1.2 - Le storytelling	p.11
1.3 - Positionnement sur le marché musical	p.13
2 - Accompagnement à la production musicale	
2.1 - Base du solfège et de la composition	p.16
2.2 - Composition et arrangement	p.17
2.2 - Enregistrement et production	p.20
2.3 - Conseils sur le choix des producteurs et des ingénieurs du son	p.21
3 - Développement de l'image	
3.1 - Shooting photo et direction artistique	p.23
3.2 - Création d'une identité graphique cohérente	p.24
3.3 - Stratégie visuelle pour les réseaux sociaux	p.25
Partie 2 – Gagner en visibilité et s'imposer comme artiste	
1 - Stratégie réseaux sociaux et contenu	
1.1 - Création et planification de contenu engageant	p.28
1.2 - Optimisation des plateformes	p.29
1.3 - Stratégies de viralité et d'engagement	p.30
2 - Préparation à la scène et à la performance	
2.1 - Coaching vocal et scénique	p.32
2.2 - Gestion du stress et de la présence sur scène	p.33
2.3 - Mise en place de showcases et de concerts	p.34
2.4 - Développement de partenariats et de collaborations	p.36
2.5 - Candidatures pour des résidences artistiques et tremplins musicaux	p.37
2.6 - Accès à des concours et opportunités de visibilité	p.38
3 - Développement et gestion de carrière	
3.1 - Aide à la création d'un EPK et d'une biographie professionnelle	p.40
3.2 - Accompagnement pour contacter des labels, tourneurs, bookers	p.41
3.3 - Gestion administrative et droits d'auteur	p.42
3.4 - Plan de carrière (objectifs à court, moyen et long terme)	p.43
Partie 3 - Structurer, financer et piloter son projet en toute autonomie	
1 - Monétisation et indépendance financière	
1.1 - Stratégies pour générer des revenus	p.46
1.2 - Gestion et optimisation des financements	p.49
2 - Gestion de projet musical et organisation	
2.1 - Création d'un plan d'action personnalisé	p.51
2.2 - Gestion du temps et des priorités dans un projet musical	p.52
3 - Autoproduction et indépendance artistique	
3.1 - Outils et logiciels pour produire sa propre musique	p.54
3.2 - Structuration d'un projet 100% indépendant	p.55

SOMMAIRE (2/2)

Partie 4 - Lancer, communiquer et fédérer autour de son projet

1 - Stratégie de lancement et promotion musicale	
1.1 - Plan de sortie d'un single, EP ou album	p.58
1.2 - Stratégie de relations presse et playlists streaming	p.60
1.3 - Organisation d'un événement de lancement	p.61
2 - Développement des compétences en communication	
2.1 - Coaching pour parler en public et en interview	p.63
2.2 - Création d'un pitch percutant pour présenter son projet	p.64
3 - Création d'une communauté et fanbase engagée	
3.1 - Stratégies pour fidéliser et interagir avec son audience	p.66
3.2 - Création d'un storytelling impactant pour fédérer une communauté	p.67
3.3 - Animation de « lives » et gestion d'une fanbase	p.68

Partie 5 - Épanouissement, progression et réseau professionnel

1 - Bien-être et mental d'artiste	
1.1 - Gestion du stress et du perfectionnisme	p.72
1.2 - Confiance en soi et mindset entrepreneurial	p.73
1.3 - Équilibre entre vie artistique et vie personnelle	p.74
2 - Éducation musicale et formation continue	
2.1 - Développement de l'oreille musicale et de la créativité	p.76
2.2 - Ateliers et masterclass avec des professionnels	p.77
2.3 - Techniques vocales et instrumentales	p.78
3 - Networking	
3.1 - Intégration à des événements	p.80
3.2 - LinkedIn	p.82

Partie 6 - Cadre juridique et opportunités professionnelles

1 - Gestion juridique et droits d'auteur	
1.1 - Dépôt et protection des œuvres	p.86
1.2 - Comprendre les contrats	p.87
1.3 - Gestion des royalties et des droits voisins	p.88
2 - Placement et opportunités dans l'industrie	p.90

Conclusion	p.91
Remerciements & Dédicaces	p.92
Mentions légales	p.93

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

INTRODUCTION

Si tu as pour ambition de préparer un projet musical et de le présenter au public, que ce soit un single, un EP (Extended Player) ou encore un album, tu es parfois soumis au doute, au manque de confiance en toi. Est-ce que tu vas trouver ton public, tes auditeurs ? Est-ce que tu vas générer des revenus et pouvoir vivre de ta musique ? Comment avancer sereinement ? Quelles stratégies adopter ?

Autant d'interrogations qui parfois te figent et t'invitent à réfléchir. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise direction, tout dépendra de tes choix, de ta stratégie et des actions mises en place, dans un délai imparti.

Autant te dire que ce n'est pas une mince affaire, surtout lorsque tu débutes dans la musique ou que tu te reconvertis dans ce secteur et que tu ne connais pas tous les tenants et les aboutissants du secteur musical. Des compétences sont nécessaires pour te développer, si tu n'as pas trouvé de label, de maison de disques, quand bien évidemment la recherche de ce type de structure est volontaire. Effectivement, une fois signé, tu n'auras pas à gérer toute la communication, le marketing digital, le juridique, la production, la promotion, la monétisation des fans, la distribution physique et numérique. Il faut noter qu'être signé dans un label ne signifie pas que tu ne vas plus rien faire à part créer de la musique. Il se peut par exemple qu'il ne se charge que de la promotion.

Si tu décides d'être indépendant et de ne pas être « salarié » d'un label ou d'une maison de disque, alors il va falloir être curieux et développer tes connaissances et tes compétences, dans les domaines évoqués plus haut, pour développer ton projet musical. Certains aspects d'un projet peuvent être délégués moyennant un coût parfois non négligeable (cas notamment des attachés de presse pour la promotion).

Signer dans une maison de disques/un label ou être indépendant est un choix, que seul l'artiste, au plus profond de lui, peut décider. En fonction du degré de maturité de tes projets, de ta stratégie de carrière, de ton ambition, de tes désirs, il n'y a pas de bon ou de mauvais choix.

Ce guide va permettre aux débutants et aux personnes en reconversion dans la musique, de savoir par où commencer et comment développer son projet musical en fonction de ses priorités, d'avoir une vision d'ensemble de tous les aspects qui gravitent autour d'un projet. Il va vous aider à gagner en clarté, en connaissances, en structure et à faire des choix quant à vos objectifs et vos actions, pour devenir un artiste averti.

Je tiens à préciser que ce guide est écrit à la 2^{ème} personne du singulier et s'adresse autant aux femmes qu'aux hommes.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Qui suis-je ?



Julie, coach d'artistes, notamment pour les compositeurs, les interprètes, les beatmakers, pour les aider dans le développement de leurs projets musicaux. Je suis également la fondatrice de JHR Prod et de Muzipulse.

Passionnée de musique depuis le lycée, j'ai plus de 17 ans d'expériences cumulées dans ce domaine.

J'ai commencé par le **beatmaking** et la Musique Assistée par Ordinateur (**MAO**) à l'âge de 20 ans.

Après avoir pris des cours de **piano**, de **guitare** et de **basse** dans une école en ligne, puis en présentiel, je me suis développée dans la production musicale dans le registre pop. Je suis membre de la Sacem, de la Spedidam et de l'Adami et prochainement de la SPPF. Parallèlement, je suis diplômée d'un Master 2 en Management et j'ai effectué une formation dans le domaine du music business.

J'aide les artistes en quête de **clarté** et de **structure** à aller au bout de leurs projets, avec un **accompagnement bienveillant et sans pression**. Je m'adresse particulièrement à celles et ceux qui n'ont pas forcément le **temps**, qui veulent sortir de la **solitude**, qui ont du mal à **avancer dans leur projet** et qui ressentent le **besoin d'être accompagné(e)**.

JHR Prod est née d'un constat : proposer à des interprètes à la recherche de musique, des instrumentales prêtes à l'emploi dans le registre pop et proposer par extension des services de mixage et de mastering en ligne.

Muzipulse a été créé dans le but d'aider les artistes musicaux à mieux s'organiser et à mieux structurer leurs carrières, grâce à un outil tout-en-un de gestion de projets, de budget, de tâches Un outil qui s'apparente à une boussole pour apporter cohérence et vision.

Mon premier objectif à travers ce guide est que vous ayez une **vision globale de l'écosystème musical**.

Le second est de permettre aux débutants ou aux personnes qui se reconvertissent dans la musique, de **faire aboutir leurs projets**, dans les méandres du secteur musical.

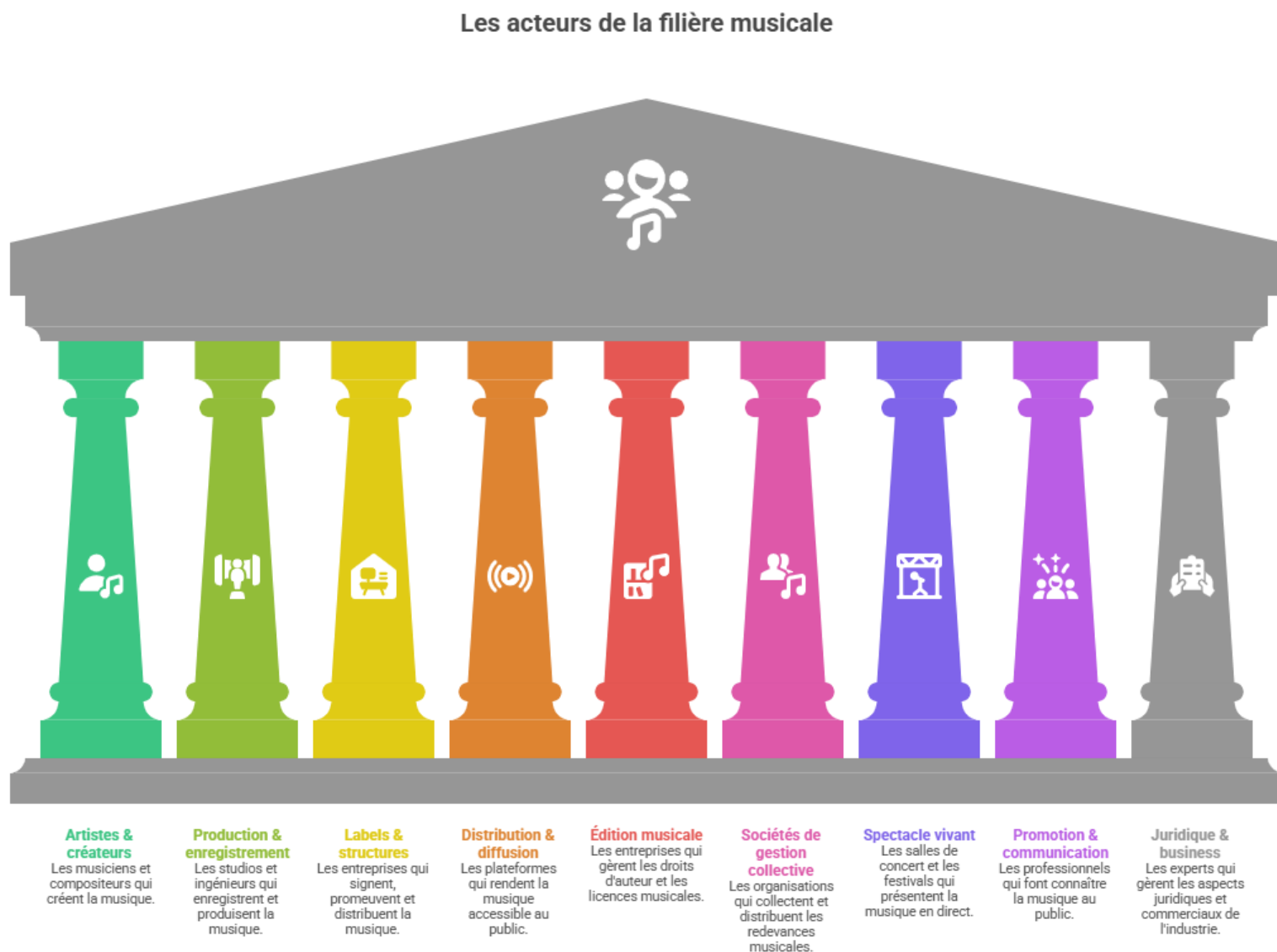
Bonne lecture !

Julie

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Image 1 – Les acteurs de la filière musicale

Voici un schéma sous forme de Parthénon où chaque pilier représente une activité dans l'écosystème musical



PARTIE 1

—

Construire un projet artistique solide et cohérent

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1 – Univers artistique

Avant de se plonger dans les différents éléments d'un univers artistique, il est utile de définir ce que c'est et de quoi on parle.

L'univers artistique se réfère à tous les éléments qui caractérisent l'identité visuelle, auditive et émotionnelle d'un artiste. Cela comprend tout ce qui aide le public à identifier et à se plonger dans son univers, y compris :

- * Le genre musical : les tonalités, les orchestrations, les inspirations
- * L'aspect visuel : les couleurs, les images, les costumes, les vidéos
- * Les thèmes et les écrits : les sujets traités, le style d'écriture, la tonalité
- * La présentation : le comportement, les performances, l'image projetée
- * La communication : la façon de s'adresser à l'audience, l'utilisation des médias, les interviews

C'est ce qui confère à un artiste son caractère distinctif et reconnaissable. Une forte présence artistique contribue à établir une connexion avec l'audience et à laisser une impression durable.

Il faut noter que cet univers n'est pas figé et qu'il est dynamique, un peu comme notre galaxie. Il se transforme en fonction de nos états, de nos influences du moment. Cependant, il y a toujours un socle, un squelette qui relie ces mouvements entre eux.

Cet univers doit te ressembler et former un tout cohérent avec qui tu es, ta personnalité, tes valeurs, tes inspirations. L'adage « connais-toi toi-même » revêt toute son importance dans la définition de ton univers.

Il n'est pas interdit de trouver l'inspiration dans d'autres univers mais il faut rester singulier et surtout ne pas copier car tu es unique et ton univers l'est tout autant. En t'inspirant des autres, tu peux toi-même expérimenter. Par exemple, tu peux travailler de nouveaux sons grâce à des synthétiseurs virtuels ou analogues.

Le cas du VST (instrument virtuel) Sérum est un bon exemple de "trituration de sons", quand on sait manipuler la bête. Je te conseille de te former à la synthèse soustractive dans la musique si tu es curieux ou curieuse.

Tu peux également développer tes connaissances en synthèse additive. Si tu fais de la MAO (Musique Assistée par Ordinateur) et que tu te destines à être producteur ou productrice musicale, cela va t'aider à avoir des sonorités uniques dans tes chansons.

Si tu es musicien ou musicienne, je te suggère de tester de nouveaux instruments, d'explorer des enchaînements d'accords, de gammes que tu n'as pas l'habitude d'utiliser.

Nous allons aborder dans cette partie, trois aspects qui définissent ton univers artistique, à savoir, ton univers musical, ton histoire et ton positionnement sur le marché musical.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1.1 - Ton univers musical

Ton univers musical doit être unique et reconnaissable. Ainsi, lorsque tu sors un EP ou un album, une certaine homogénéité musicale devrait se dégager, afin que l'auditeur comprenne quel est ton style, quelles sont tes influences, quelle énergie tu véhicules et quelle est l'atmosphère générale. Mais il n'y a pas que cela, il y a également le style d'écriture, le langage utilisé, les sujets abordés et à ne pas oublier, les sonorités et les arrangements.

Tu peux faire une liste d'artistes que tu apprécies et analyser leur musique. De quoi ils parlent ? Dans quel genre ? Acoustique, électro, EDM, pop-rock ? Quels instruments sont utilisés ? Comment sont arrangées leurs chansons ? Essaie de tout décortiquer pour un meilleur affinage de ton esthétique sonore. Une fois que tu as fini ta liste, tu peux faire le tri et sélectionner un top 5 ou un top 3. À partir de là, expérimente en t'inspirant et non pas en copiant. À force d'écoute, d'expérimentations, de travail, tu trouveras ton propre univers musical.

Je te conseille de noter les thématiques que tu souhaites aborder, en fonction de ton vécu, de tes expériences. Ne sois pas timide et laisse aller ton imagination. Peu importe le style musical, en passant du rap à la country, il y a toujours des choses à dire. C'est l'occasion de révéler ton talent de parolier. As-tu l'âme d'un poète, écris-tu comme tu penses ? Il s'avère que dans 75% des cas, on écrit les paroles avant d'avoir la musique. Je fais partie des 25%, je compose et arrange dans un premier temps, puis j'écris.

Mais alors comment fait-on pour écrire des paroles ? Comme je l'ai dit plus haut, il est nécessaire de trouver l'inspiration que tu peux puiser dans tes expériences, celle des autres mais aussi en suivant les faits dans le monde et l'actualité. Ouvre tes chakras !

Tes paroles vont être régies par tes émotions alors trouve un sujet qui te parle et qui résonne en toi. À partir de là, tu vas pouvoir organiser tes idées en respectant par exemple une structure courante, qui peut-être par exemple du type ABACB : A est le couplet, B le refrain et C le pont.

Tu peux t'amuser avec des rimes et des rythmes, sachant qu'il existe plusieurs types de rimes (plates, croisées, embrassées).

Une autre méthode possible pour écrire est de faire appel aux rythmes syllabiques. Le rythme syllabique désigne la régularité et la cadence des syllabes dans un texte, notamment en poésie et en chanson. En français, il joue un rôle essentiel dans la musicalité des vers et des paroles, influençant la fluidité et l'impact du message.

Dans la musique, maîtriser le rythme syllabique est un atout pour écrire des paroles qui collent naturellement à une mélodie et qui facilitent l'interprétation. Par exemple, dans la chanson de Jean-Jacques Goldman « quand la musique est bonne », on a un décasyllabe (10 syllabes) qui suit un rythme naturel qui colle bien à la musique : « Quand la musique est bonne, bonne, bonne, bonne ».

Tu peux également t'amuser avec les mots et faire appel à la poésie pour t'aider, sans oublier de raconter une histoire qui captive l'auditeur. Comment ? En utilisant l'allitération et l'assonance. L'allitération et l'assonance sont des jeux de sonorités qui visent à créer différents effets. Ils

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

consistent à répéter des sons dans une série de plusieurs mots. Une allitération est une répétition d'un même son produit par des consonnes (son consonantique). Une assonance est une répétition d'un même son produit par des voyelles (son vocalique).

Un exemple d'allitération : « Je suis passé chez Sosh » - allitération en CH.

Un exemple d'assonance : « Bon appétit, mon petit mari » - assonance en I.

Les métaphores sont également un bon moyen de développer des paroles et d'avoir un impact sur l'auditeur. Il est important de susciter son imagination en faisant appel à des images dans ton texte.

À noter qu'il est également important de décrire le pourquoi de ton état si par exemple tu as une peine d'amour. Sois factuel, en racontant par exemple comment tu t'occupes sans cette personne.

Être parolier ne s'improvise pas, mais avec une bonne dose d'écriture, de pratique et de techniques, tu ne pourras que t'améliorer. D'ailleurs, n'hésite pas à écrire tous les jours.

Le free-writing est une bonne manière de coucher sur papier tout ce qui traverse ton esprit. En te relisant, tu vas peut-être trouver un sujet de texte pour une chanson !

Il est nécessaire de cerner le type de sonorités que tu aimerais avoir et de définir une certaine cohérence au départ, pour ne pas perdre l'auditeur. C'est d'autant plus important, si tu ne composes pas. En effet, si tu fais appel à un compositeur voire un arrangeur, il va bien falloir qu'il s'imprègne de ton univers et qu'il soit orienté musicalement pour avoir le rendu sonore que tu souhaites.

Si tu es producteur musical, n'hésite pas à faire écouter tes chansons et à demander aux personnes concernées, à quel style ou à quels artistes, tes morceaux se rapprochent-ils. Outre ta famille ou tes amis, essaie de demander des retours de professionnels.

Par exemple, ces personnes peuvent être ton professeur de chant si tu prends des cours, des amis musiciens, ou encore des ingénieurs du son si tu enregistres en studio.

Parfois, pour trouver ton propre univers, tu vas t'essayer à plusieurs styles et c'est une bonne chose car tu sentiras et affirmeras ton identité musicale là où tu seras le plus en adéquation avec ta personnalité et par rapport à ce que tu aimes vraiment faire.

Si tu aimes les musiques rythmées qui font danser, oriente-toi vers ce style de musique dans un premier temps. Rien n'est évidemment figé dans le marbre, mais essaie de ne pas trop t'éparpiller.

Peut-être qu'au début, tu vas patauger mais sois patient(e) car à force d'expérimentations, d'écoute, et de clarté, tu vas tôt ou tard trouver ce qui te correspond.

Comme évoqué au début de cette section, l'aspect visuel est tout aussi important, notamment pour tes supports de communication (réseaux sociaux, photos, pochettes d'album, sites web, flyers, clips...). Tu peux t'inspirer d'autres artistes pour déterminer ton propre univers visuel.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Un bon moyen est de choisir une palette de couleurs, un style graphique et une ambiance en cohérence avec ta musique. Grâce au marketing musical, tu vas pouvoir te démarquer des autres. Par exemple, ta tenue vestimentaire devrait refléter ton identité artistique. Je parle évidemment de ton look quand tu es en représentation ou que tu dois faire des shooting photos pour tes supports de communication. Pas quand tu es chez toi dans ton intimité...

Comme toute marque, tu peux te créer un logo, qui doit être reconnaissable parmi tous.

Une fois l'univers musical défini, on va aborder l'importance du storytelling dans la construction d'un projet artistique.

1.2 - Le storytelling

Le storytelling pour un artiste, c'est l'art de raconter une histoire autour de son univers, de sa musique, de son parcours et de sa personnalité. Ce n'est pas juste ce qu'il crée, mais comment et pourquoi il le crée, ce qui le rend unique, ce qu'il a vécu, ce qu'il défend, ce qu'il fait ressentir. Simon Sinek dans son livre « Commencer par pourquoi » a dit que « les gens n'achètent pas ce que vous faites, ils achètent ce pourquoi vous le faites ».

Concrètement, le storytelling d'un artiste peut inclure :

- * son histoire personnelle : d'où il vient, ce qu'il a traversé, ses influences,
- * son projet artistique : pourquoi il fait de la musique, ce qu'il veut transmettre, son message,
- * son esthétique : visuels web, style vestimentaire, ambiance musicale, clips, visuels de scène,
- * sa relation avec son public : comment il interagit, ce qu'il partage, les coulisses, les anecdotes,
- * des récits autour de ses morceaux : l'histoire derrière une chanson, comment elle est née, ce qu'elle raconte.

Ce concept est très important car depuis quelques années, le public ne consomme pas que des chansons, il s'attache à des personnalités, à des univers.

Un bon storytelling donne du sens à ta musique au-delà des notes et des paroles. Il raconte qui tu es, d'où tu viens, ce que tu traverses et pourquoi tu crées. Dans un paysage musical saturé, ce n'est pas seulement la qualité artistique qui fait la différence, mais l'histoire qui l'entoure.

En partageant ton parcours, tes doutes, tes déclics ou tes combats, tu invites ton audience à entrer dans ton univers. Elle ne consomme plus simplement une chanson : elle s'attache à une personnalité, à une vision, à une émotion.

Le storytelling crée ainsi un lien authentique et durable. Il transforme des auditeurs en communauté, parce que les gens ne se reconnaissent pas seulement dans une mélodie, mais dans une histoire qui résonne avec la leur.

Grâce à un bon storytelling, tu es plus facilement relayé par les médias, car il offre une matière narrative claire et intéressante à raconter. Les journalistes, blogueurs et programmeurs ne partagent pas seulement une chanson : ils racontent une histoire.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Plus ton projet est structuré autour d'un angle fort, d'un parcours singulier ou d'une démarche artistique affirmée, plus il devient identifiable et "racontable" dans un article, une interview ou un post.

Il renforce la cohérence de ta communication. Lorsque ton histoire, tes visuels, tes messages et tes prises de parole s'inscrivent dans une même ligne narrative, ton univers devient lisible et mémorable. Cette cohérence crée une identité forte, professionnelle et reconnaissable, qui inspire confiance et donne de la profondeur à ton projet artistique.

Gorillaz, projet de Damon Albarn et Jamie Hewlett, a construit tout son univers autour de personnages de bande-dessinée fictifs (2D, Murdoc, Noodle, Russel) plutôt que de mettre en avant les vrais musiciens. Chaque clip, visuel, interview "animée" ou « live » augmenté raconte un morceau de la vie de ces personnages, avec une chronologie, des lieux, des relations, des conflits et des évolutions, comme une série.

Ce storytelling fonctionne parce qu'il crée un univers cohérent et reconnaissable (design, ton, esthétique). Il donne envie au public de "suivre l'histoire" d'un projet, pas seulement d'écouter des singles. Point important, cela a facilité le renouvellement de la communication à chaque sortie (nouveau chapitre dans la saga Gorillaz, nouvelle époque, ...).

Prends l'exemple de l'artiste Corneille, avec son titre « Parce qu'on vient de loin » qui parle du génocide des Tutsi au Rwanda, notamment de ses parents. Son storytelling a touché de nombreuses personnes, et le pourquoi de la création de cette chanson, a contribué à son succès.

Grâce à un storytelling bien orchestré, tu attiseras des émotions de la part du public, de sorte qu'une connexion s'établisse. Le storytelling fait maintenant partie intégrante d'une bonne stratégie marketing et contribue à améliorer le taux d'engagement sur les réseaux sociaux.

Le taux d'engagement sur les réseaux sociaux est un indicateur qui mesure le niveau d'interaction de ton audience avec ton contenu. Autrement dit, il ne s'agit pas seulement du nombre d'abonnés que tu as, mais de ce que ces abonnés font réellement avec tes publications.

Alors comment faire un bon storytelling ?

Il se base sur quatre fondements, à savoir, les personnages, le sens, l'intrigue et la place.

Ton audience va s'identifier aux personnages et ton but est de les amener vers un objectif, un but précis. Ensuite, il va falloir capter l'intérêt de cette audience qui si elle est captivée, va passer à l'action. Enfin, le lieu donne des éléments tangibles à l'histoire pour la rendre plus vivante.

Au niveau de la structure, il faut amener progressivement l'audience à éprouver des émotions.

Tout commence par une situation initiale : qui es-tu au départ ? Dans quel contexte évolues-tu ? Quelle était ta réalité avant le déclic ? Cette étape pose le décor et aide l'audience de comprendre ton point de départ.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Vient ensuite une problématique : un besoin, un manque, une frustration, une envie profonde. C'est l'élément déclencheur qui crée de la tension et donne envie de connaître la suite.

Puis apparaissent les difficultés : obstacles, doutes, échecs, remises en question. Ce sont elles qui rendent ton histoire humaine et attachante. Sans défis, il n'y a pas d'émotion.

Arrive alors la résolution : une prise de conscience, une décision, une transformation. Tu fais un choix, tu changes de direction, tu trouves ta voie.

Enfin, la situation finale montre ce que cette transformation a produit : une nouvelle identité artistique, un projet abouti, une vision plus claire. C'est cette évolution qui crée l'impact et va faire que ton audience va s'identifier à ton parcours.

C'est toi le héros de l'histoire !

On va maintenant aborder ton positionnement musical, une étape à ne pas négliger pour te différencier dans la musique.

1.3 - Positionnement sur le marché musical

Un autre aspect important en matière de stratégie marketing, c'est ton positionnement sur le marché de la musique. Cela paraît très mercantile mais il existe bel et bien une offre et une demande. Tu proposes de la musique et tu l'offres d'une certaine manière à ton public.

Quand on parle de positionnement, il est important de connaître son public cible (avatar). Tu ne peux pas t'adresser à tout le monde. Cela sera d'autant plus utile quand tu vas adapter tes campagnes marketing pour la promotion de ton nouveau titre sur les réseaux sociaux par exemple. Plus tu auras des critères sur ta cible, mieux c'est (âge, genre, localisation, centres d'intérêts, ...).

Pour définir ton positionnement, il faut que tu saches qui sont les artistes qui sont dans le même style que toi et au même niveau de développement de carrière que toi.

Tu peux t'aider des playlists des plateformes de streaming. Par exemple, si tu es dans le registre pop, tu peux aller chercher des playlists comme « French Pop Mix » pour repérer des artistes que tu ne connais peut-être pas et te renseigner sur eux.

Grâce à cette étape, tu vas pouvoir analyser si ce sont des artistes indépendants ou signés en labels/maisons de disques, où est ce qu'ils se sont produits ? Sur quelles scènes ? Quels vecteurs de communication utilisent-ils et quels contenus mettent-ils en avant ? Toutes ces informations sont importantes pour ton développement.

Ton positionnement va déterminer la place que tu occupes sur le marché de la musique dans l'esprit du public.

Maintenant que tu en sais un peu plus sur la définition de ton univers musical, on va se focaliser sur la production musicale.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Si tu es chanteuse ou chanteur, il va falloir t'entourer pour que ton projet aboutisse et sois le plus professionnel possible. Avant d'envisager toute promotion, il est important que ta musique soit de qualité.

Aujourd'hui, environ 100 000 titres sortent chaque jour sur les plateformes de streaming, alors faire de la bonne musique est devenu un prérequis, avant toute démarche de promotion, de mise en place de campagnes publicitaires, de scènes, de contact auprès des professionnels (tu peux avoir une maquette de qualité).

Quand on parle de « bonne musique », on touche forcément à un aspect non négligeable : la production musicale.

À RETENIR :

- * L'univers artistique regroupe l'identité musicale, visuelle, émotionnelle et communicative d'un artiste. Il doit former un ensemble cohérent, authentique et reconnaissable.
- * Ton univers musical se construit par l'expérimentation, l'analyse de tes influences, le travail de l'écriture (structure, rimes, rythme, figures de style) et la recherche de sonorités qui te distinguent sans copier les autres.
- * Le storytelling est important : il raconte ton "pourquoi", crée un lien émotionnel fort avec ton public, renforce ta communication et rends ton projet plus attractif pour les médias.
- * Un bon storytelling suit une structure claire (situation initiale, problématique, difficultés, résolution, transformation) et positionne l'artiste comme le héros de son propre parcours.
- * Le positionnement sur le marché musical est stratégique : il nécessite de connaître sa cible, d'analyser les artistes similaires, de proposer une musique de qualité professionnelle pour exister dans un environnement très concurrentiel.

2 - Accompagnement à la production musicale

Lorsque l'on veut développer son projet musical, une des étapes incontournables demeure la production musicale constituée de différentes étapes pour finaliser ses œuvres.

En structurant les étapes de production, tu gagnes en efficacité, tu respectes les délais, tu collabores mieux avec les différents intervenants, et surtout, tu donnes vie à une œuvre cohérente et professionnelle. Voici les grandes étapes clés d'un processus de production musicale, de l'idée initiale à la sortie du morceau.

Ceux qui sont déjà à l'aise avec cette étape, peuvent directement passer à la section suivante.

Pour commencer, on va analyser les différentes étapes de la production d'une chanson. Il faut savoir que chaque étape d'une chanson est importante et que les artistes peuvent avoir des préférences et des approches différentes. La créativité joue un rôle clé dans ce processus.

=> Pré-production

C'est la phase de préparation, où l'idée musicale prend forme. Le projet débute souvent par l'écriture des paroles, la recherche de mélodies, la création d'une structure (intro, couplets, refrains, pont, ...). On enregistre des versions simples du morceau (voix + instrument par exemple) pour tester l'ambiance et affiner l'intention artistique. Il peut être utile à ce stade de définir des influences sonores pour guider les choix de production. Puis, vient la définition des besoins : instruments à enregistrer, musiciens à solliciter, type de production recherchée (acoustique, électronique, orchestrale, ...).

=> Production

C'est ici que le morceau prend sa forme sonore définitive. On procède à l'enregistrement des voix, des instruments, des sons additionnels.... Tout est capté avec précision en studio ou à domicile. Pour les musiques actuelles, les éléments électroniques (batteries, synthés, effets) sont programmés ou produits à cette étape. Puis, les différentes parties du morceau sont organisées pour créer une dynamique cohérente et captivante. Enfin, il faut s'assurer que les choix sonores restent fidèles à l'identité du projet.

=> Post-production

C'est la phase de finition, nécessaire pour assurer une qualité professionnelle. On nettoie les prises audio (bruits parasites, coupes inutiles), on ajuste les temps, les hauteurs, etc. Puis viennent le mixage et le mastering. On effectue un équilibrage des volumes, de la spatialisation, de la gestion des fréquences et des effets pour chaque piste du morceau. On harmonise le rendu global, on ajuste le niveau sonore final, et on prépare le morceau pour sa diffusion (streaming, radio, CD...)

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?



2.1 - Bases du solfège et de la composition

Si tu veux progresser en musique et que tu es beatmaker par exemple, il est recommandé de connaître les bases du solfège et de la composition.

Alors oui, tu peux créer des beats sans connaissance particulière, à l'aide notamment de VST comme Scaler, mais c'est toujours mieux d'en connaître les rouages car cela te facilitera la tâche quand tu créeras de la musique.

Le solfège est la base pour un artiste qui souhaite lire des notes, comprendre les rythmes, connaître les gammes et les intervalles. Ces éléments constituent les piliers de la musique.

Si tu joues d'un instrument, tu ne seras plus obligé de tout mémoriser à l'oreille, si tu connais le solfège. Tu pourras lire le morceau de musique en déchiffrant la partition.

L'avantage de l'apprentissage du solfège, c'est que tu vas gagner en liberté musicale, dans le sens où tu pourras plus facilement improviser. Tu pourras créer des mélodies et des variations de manière spontanée, jouer avec des rythmes différents et effectuer des changements harmoniques.

Avec les notes, les accords, les rythmes, les mélodies, tu pourras donner vie à une œuvre musicale. Cela t'aidera à exprimer tes idées musicales avec plus de créativité.

Pour composer, il est important d'apprendre les bases de la théorie musicale (les accords, les gammes, les cadences, ...).

Si tu fais de la MAO (Musique Assistée par Ordinateur), tu pourras trouver dans ton logiciel des outils pour t'aider à trouver par exemple une suite d'accords. Il existe pas mal de livres à ce sujet, alors n'hésite pas à t'instruire et à être curieux pour développer tes compétences musicales.



2.2 - Composition et arrangement

La composition de chansons est un processus personnel. Chaque chanson que tu composes constitue une étape dans l'amélioration de tes compétences. L'une des premières choses à retenir est d'être ouvert à l'inspiration.

Utilise ton téléphone portable ou un bloc-notes, pour capturer rapidement tes idées. Pour composer de manière plus rapide et plus efficace, tu peux établir une routine de composition, en te fixant un moment régulier pour composer, même si tu n'es pas inspiré. La discipline peut souvent enclencher la créativité.

Tu peux également expérimenter la structure (commencer par un couplet ou un refrain) et l'organiser de manière non conventionnelle, en rendant ainsi la chanson plus intéressante. Dans la musique pop, on a en général un couplet, un refrain, un couplet, un refrain, un pont, un refrain final ou coda.

Ne jouer que quatre accords dans une chanson est un bon exercice. Essaie par exemple de te limiter à trois accords dans ta composition. Cela pourrait t'aider à repousser tes limites créatives.

Même si la composition semble "pauvre", sache que l'arrangement musical peut faire la différence et rendre la composition moins monotone. Une autre astuce que je peux te donner est de rentabiliser ton temps. Si par exemple, tu es coincé sur les paroles, concentre-toi d'abord sur la mélodie et vice-versa. Rien de pire que de ne pas trouver l'inspiration.

Pour performer, il n'y a pas de secret : travailler, persévérer et être créatif. Alors n'hésite pas à retravailler tes compositions, après les avoir fait écouter à ton entourage.

Je fais souvent appel à des musiciens amateurs, confirmés ou encore à des professeurs de musique, pour qu'ils me fassent un retour sur mes productions musicales. En général, les retours sont plutôt bienveillants, constructifs et utiles pour m'aider à m'améliorer.

Si tu le peux, joue tes chansons en direct devant des proches pour voir la réaction de ces derniers. Ne sois pas timide et demande leur d'être le plus sincère possible sur ta composition et ta prestation.

Si tu n'as pas fait d'école de musique et que tu as tout appris de manière autodidacte, je vais maintenant aborder des notions plus académiques de théorie musicale que tu connais peut-être, mais qu'il est utile de rappeler si tu souhaites composer de manière rapide et efficace, grâce à des suites d'accords qui fonctionnent bien ensemble.

Je vais également aborder le cycle des quintes qui aide tout compositeur à trouver rapidement une suite d'accords cohérente. N'hésite pas à te former sur la théorie musicale, si ce n'est déjà fait, pour apprendre à connaître le fonctionnement de la musique.

Connais-tu les quatre accords magiques ? Ce sont des accords que l'on retrouve dans une grande majorité de chansons, notamment dans la pop. Il s'agit de l'enchaînement des degrés I-V-VI-IV d'une gamme majeure.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Fondamentales des degrés (en Do majeur)

Degrés de Do majeur : les accords

C Dm Em F G Am Bdim

degrés I II III IV V VI VII

Avec la gamme de Do, les accords magiques seront : C-G-Am-F

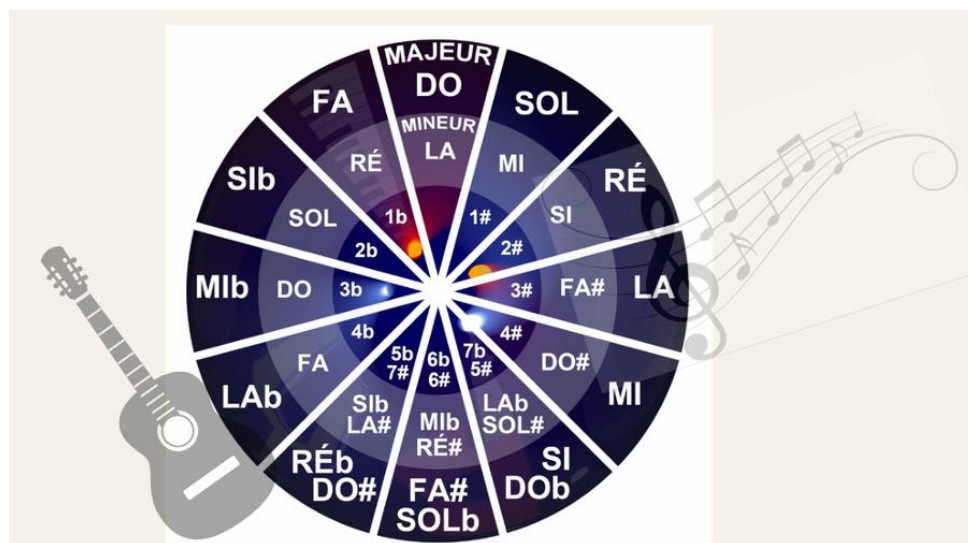
Avec la gamme de Sol, on aura : G-D-Em-C

Avec la gamme de Mi, on aura : E-B-C#m-A

Essaie de composer en utilisant cette cadence (enchaînement de degrés d'accords). Il existe d'autres types de cadences mais je ne vais pas te les citer dans ce guide.

Le but est de susciter ta curiosité pour que tu ailles chercher par toi-même. Tu pourras les mettre en application lorsque tu composeras de nouvelles chansons.

Abordons maintenant le cycle des quintes pour composer rapidement, efficacement et simplement.



Prends un accord sur le cercle et essaie d'enchaîner avec des accords qui se situent à côté. Pour plus de « fun », utilise à la fois des accords mineurs et majeurs relatifs. Reviens petit à petit vers l'accord de base que tu as choisi initialement.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Une autre méthode de composition consiste à trouver une mélodie, puis à l'harmoniser en trouvant des accords qui la mettront en valeur. Cette méthode n'est pas la plus facile mais cela peut être un très bon entraînement pour toi.

Il faut noter que si tu es musicien, tu peux également improviser au cours d'une jam ou avec ton groupe en studio de répétition et trouver des idées nouvelles de composition pendant le moment de jeu ensemble. La créativité qui peut se dégager à travers un groupe est parfois magique !

Pour finir avec la composition, je te recommande de ne pas copier d'autres artistes car cela peut brider ta créativité. Sois attentif à la structure car une structure incohérente peut désorienter l'auditeur. Et surtout n'aie pas peur de réviser ta composition pour améliorer ton travail. La simplicité est ta meilleure alliée, alors évite de surcharger ta composition d'éléments inutiles.

Enfin, sache que la créativité ne peut pas être forcée alors si tu n'es pas inspiré, n'hésite pas à faire des pauses et à revenir sur ta composition quand tu te sentiras plus créatif.

On va maintenant se focaliser sur l'étape qui « donne vie » à ta chanson : l'arrangement musical.

Un arrangeur passe souvent de longues heures devant des logiciels de production musicale. C'est un processus créatif qui requiert de souvent expérimenter. Pour commencer à arranger une chanson, il faut déjà bien s'imprégner de la composition (mélodie, parole, harmonie) et s'assurer que tout est bien solide et équilibré.

Il n'y a pas une seule et unique méthode pour arranger mais, en général il faut commencer par une base solide du morceau (le squelette) et terminer par les ornements. Dans les chansons pop, une guitare, un piano, une basse et une batterie peuvent très bien faire l'affaire. Une fois cette base établie, se pose alors la question entre un piano électrique ou acoustique, idem pour la guitare. Tout dépend vraiment du rendu que tu souhaites avoir. Pour arranger une chanson, n'oublie pas de travailler la structure (combien de refrains, combien de couplets, dans quel ordre).

Grâce à la MAO, il est facile de travailler la structure d'une chanson rapidement. Tu peux commencer par la batterie, puis la basse. À noter que ces deux éléments doivent bien se marier. La basse peut par exemple jouer les premiers et troisièmes temps, en jouant la fondamentale de l'accord ou la quinte.

Ensuite, tu peux rajouter les instruments d'accompagnement comme la guitare ou le piano. Évite de trop charger ces éléments en faisant simple. Tu peux décider de rajouter un passage solo qui mettrait en exergue tes talents de musicien.

Tu peux également rajouter des nappes de synthé pour soutenir le morceau ou encore ajouter des cordes ou des cuivres. N'hésite pas à soigner les transitions entre par exemple le couplet et le refrain, en faisant par exemple un break de batterie. Essaie de mettre du contraste pour ne pas lasser l'auditeur. Par exemple, tu peux introduire un nouvel instrument dans la deuxième partie du couplet ou encore varier le tempo entre deux passages (pont et refrain final).

Il faut savoir que l'arrangement musical a le pouvoir de renforcer l'émotion d'une chanson. L'utilisation de variations de volume, d'effets sonores, de changements de textures, peut créer

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

des moments puissants dans une musique. Un arrangement bien pensé peut faire la différence en faisant en sorte que ta chanson se démarque dès les premières secondes. Si tu as déjà participé à un "blind test", tu sais de quoi je parle.

Pour rester dans la continuité de l'efficacité et de la simplicité, je te conseille de laisser de l'espace dans l'arrangement pour que chaque instrument puisse briller. Tu peux augmenter l'intensité d'un instrument pendant les parties émotionnelles et la réduire pour créer des parties plus intimes.

Pour t'améliorer, il est nécessaire de pratiquer et d'expérimenter. Je te recommande de prendre des cours de MAO et de t'équiper progressivement pour commencer à arranger toi-même tes propres compositions.

Pour finir, essaie de ne pas copier les arrangements des autres, ta musique sera moins originale et se noiera dans la masse.

2.3 - Enregistrement et production

Une fois que ta chanson est finie, tu es prêt à aller enregistrer ta voix, soit en home-studio (acoustiquement bien traité avec un bon microphone), soit dans un studio d'enregistrement professionnel. Les studios ne manquent pas dans les grandes villes, encore faut-il choisir le bon.

Est-ce que l'ingénieur du son est également coach vocal ? Est-ce qu'il te met à l'aise, lorsque tu échanges avec lui au téléphone ? Quelles sont ses références artistiques ? Semble-t-il professionnel ? Autant de critères que tu vas pouvoir comparer avant d'effectuer ton choix final. Recueillir les avis Google est une démarche toujours intéressante.

Si tu es musicien et que tu ne peux pas enregistrer chez toi, ce sera le moment d'aller enregistrer tes parties en studio. Sois bien préparé pour éviter de perdre du temps et de l'argent.

Une fois que tout est enregistré (voix et instruments), il reste les étapes de mixage et de mastering. Si tu sais tout faire toi-même, c'est topissime, mais parfois mieux vaut faire appel à un prestataire externe pour prendre du recul.

Je te conseille de choisir ton prestataire par rapport à ton genre musical de prédilection (rap, pop-rock, électro, ...), par rapport à son équipement et ses références.

Si tu as des maquettes, c'est l'occasion de les faire écouter à des producteurs de musique.



COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.4 - Conseils sur le choix des producteurs et des ingénieurs du son

À moins d'avoir un projet irrésistible et très rentable pour les producteurs, sache que ce sont plutôt ces derniers qui vont venir te chercher. Le contraire demeure rare mais plausible.

Ils sont souvent présents lors de tremplins, de concours ou encore de scènes ouvertes. Une fois le contact établi, envoie-leur des maquettes, un dossier de présentation, invite-les à tes concerts. Si tu n'as pas de site Internet, c'est le moment de s'y pencher si tu as un peu de budget. Ton site Internet est ta vitrine et c'est vers ce dernier que tu pourras notamment rediriger tes auditeurs pour aller écouter ta musique, voire l'acheter. Tu peux également y vendre ton merchandising (« direct to fan »).

Si tu es à la recherche d'un producteur de musique, il y a des chances que tu perdes le contrôle sur ton projet musical car le producteur sera probablement détenteur du « master » et des pistes du projet. Il prend en effet à sa charge le financement de la production du projet et devient propriétaire des « bandes ». Il se rémunère grâce à l'exploitation des musiques enregistrées.

Il est important que le producteur soit aligné avec ton identité sonore. Si tu es dans le hip-hop, ne va pas aller voir un producteur de reggae. L'aspect humain est également important. Vous allez faire un bout de chemin musical ensemble, alors inutile d'aller plus loin si le courant ne passe pas.

Le choix du producteur s'établira en fonction de ton budget. Si tu fais de la pop et que tu fais appel au producteur de Katy Perry, le coût sera non négligeable. Si tu débutes, je te conseille de faire appel à ton réseau plutôt qu'à un grand nom de la production musicale.

Ingénieur du son et producteur musical sont deux métiers différents qui se complètent. L'ingénieur du son est un expert du son qui va magnifier un titre ou un album. Il va enregistrer les voix et les instruments en studio ou en live, peut choisir le matériel utilisé. Il va mixer les pistes, mettre des effets. Il peut également être celui qui va masteriser le titre.

Comme pour le producteur musical, il faudra choisir un ingénieur du son qui soit spécialisé dans ton style musical. Si tu sais déjà mixer, tu peux faire appel à ce professionnel juste pour le mastering. Examine avec qui il a déjà collaboré, ce qu'il a fait auparavant. Encore une fois, le choix sera déterminé en partie par ton budget. Enfin, et je le répète, il est toujours préférable de travailler avec une personne avec qui cela se passe bien humainement parlant.

Une fois les maquettes des titres réalisés ou le projet abouti dans sa version définitive, il est nécessaire de corréliser à cela l'image que tu souhaites véhiculer. C'est ce que nous allons aborder dans la troisième et dernière section de cette première partie.

À RETENIR :

* La production musicale est une étape centrale du développement d'un projet et suit un processus structuré : pré-production (écriture, structure, intentions), production (enregistrement et création sonore) et post-production (édition, mixage, mastering) pour garantir un rendu professionnel.

* Maîtriser les bases du solfège et de la théorie musicale (gammes, accords, cadences, cycle des quintes) aide à composer plus efficacement, à improviser avec liberté et à mieux comprendre ce que l'on crée, même en MAO.

* La composition et l'arrangement demandent discipline, expérimentation et simplicité : routine créative, structure cohérente, choix d'accords, équilibre des instruments et recherche d'émotion.

* L'enregistrement, le mixage et le mastering sont déterminants pour la qualité finale. Il convient de bien choisir son studio, son ingénieur du son ou ses prestataires en fonction de son style musical, de son budget et du relationnel.

* Enfin, s'entourer (producteurs, musiciens, professionnels) peut accélérer le développement du projet, mais implique des choix stratégiques, notamment afin de rester cohérent avec son identité.

3 - Développement de l'image

3.1 - Shooting photo et direction artistique

La direction artistique désigne l'ensemble des choix esthétiques et visuels qui définissent l'identité d'un projet artistique, qu'il s'agisse d'un film, d'un clip, d'un spectacle, d'une campagne publicitaire, d'un album musical, ou encore d'un univers de marque.

Le ou la directeur-riche artistique (DA) veille à la cohérence visuelle et émotionnelle du projet : il ou elle choisit les couleurs, les formes, les typographies, les décors, les tenues, les lumières, les lieux de tournage ou de shooting, etc. Son rôle est de traduire une vision artistique en une esthétique globale et reconnaissable, en lien avec l'objectif du projet et de son public cible.

En musique, la direction artistique peut concerner à la fois l'univers visuel (pochette, clip, tenues de scène, charte graphique sur les réseaux sociaux) et parfois aussi les choix sonores pour coller à une identité forte.

Quand tu vas réaliser un shooting photo pour ta communication, il est nécessaire de penser à la direction artistique de ton shooting. Elle doit être en harmonie avec ton identité visuelle afin de veiller à une cohésion logique avec ton image de marque. C'est l'occasion de créer un moodboard.

Un moodboard, ou planche d'inspiration en français, est un collage visuel qui rassemble différents éléments (images, couleurs, textures, typographies, mots, objets, ...) représentant une ambiance, une émotion, une esthétique ou une direction créative.

Il est souvent utilisé en préparation d'un projet artistique ou créatif (mode, design, publicité, musique, clip, shooting photo, ...) pour poser une intention visuelle et faciliter la communication entre les membres d'une équipe (directeur artistique, photographe, styliste, maquilleuse, graphiste, ...).

Le moodboard sert donc à :

- clarifier l'univers visuel du projet,
- aligner les inspirations et les références,
- guider les choix artistiques tout au long de la création.

C'est un outil à la fois créatif et stratégique, qui transforme des idées abstraites en une vision concrète et cohérente.

Il faut savoir que de nombreux photographes jouent le rôle de directeur artistique, ce qui peut te faire gagner du temps.

Il sera important de définir en amont le message que tu souhaites délivrer au public, les émotions à transmettre ainsi que l'ambiance. Le choix des couleurs, des styles ne doit pas être négligé et doit être en cohérence avec les objectifs de communication et le public ciblé.

Bien réfléchi et exécuté, un shooting photo te différencie de la concurrence.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Tu peux planifier tes tenues et tes accessoires à l'avance, ainsi que les acteurs à contacter (maquilleur, coiffeur, ...).

Recherche le lieu idéal pour ta séance photo (localisation, taille, matériel, disponibilité, horaires, tarif) et établis une feuille de route pour que tout se passe au mieux.

Ne néglige pas l'image car ce que tu véhicules est tout aussi important que faire de la bonne musique. Des photos de très bonne qualité montrent ton professionnalisme auprès des acteurs de l'industrie musicale.

3.2 - Création d'une identité graphique cohérente

Une identité graphique, c'est l'ensemble des éléments visuels qui représentent une marque, une entreprise, un projet ou une personne, de manière cohérente et reconnaissable. Elle véhicule des valeurs, créer un univers visuel fort et se distinguer des autres.

Elle comprend notamment :

- le logo : symbole ou typographie représentant l'identité. C'est ta signature visuelle. Utilise le même logo sur tous tes supports,
- la typographie : les polices de caractères choisies pour les textes (titres, corps de texte, ...),
- la palette de couleurs : un choix de couleurs défini et utilisé de façon cohérente. Choisis des couleurs qui correspondent à l'émotion véhiculée par ta musique,
- les formes et les motifs : éléments graphiques récurrents (cercles, lignes, textures, ...),
- le style d'images : type de photos ou illustrations utilisées (ex : réalistes, minimalistes, vintage, ...),
- les règles d'utilisation : souvent regroupées dans une charte graphique qui encadre l'utilisation de tous ces éléments pour garantir l'harmonie visuelle.

En résumé, c'est l'ADN visuel de ton projet. L'identité graphique est identifiable au premier coup d'œil et doit marquer les esprits, que ce soit sur tes réseaux sociaux, ton site web, ta pochette d'album ou ta carte de visite. Tu as besoin d'éléments visuels pour créer un lien avec tes auditeurs potentiels, souvent avant qu'ils n'écoutent tes chansons.

Il ne faut pas penser que l'identité visuelle ne s'applique qu'aux artistes déjà en place. Même en tant qu'artiste débutant/émergent, il est nécessaire de construire ton image. En effet, image et musique sont corrélées.

C'est dur parfois à entendre, mais la musique ne fait pas tout. Il est important que tu arrives à entrer en relation avec tes potentiels auditeurs et tes auditeurs actuels, grâce à ton image de marque.

En mettant en avant les points de ta personnalité que tu souhaites transmettre au public, tu vas attirer des personnes qui te ressemblent.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

3.3 - Stratégie visuelle pour les réseaux sociaux

Cette identité graphique va t'être bien utile pour l'élaboration de ta stratégie visuelle à destination des réseaux sociaux.

Aujourd'hui, ces derniers sont devenus incontournables pour accroître ta visibilité, véhiculer tes messages ainsi que ton identité visuelle. Avoir une cohérence générale entre tes messages, ta charte graphique, ton identité, tes valeurs est important.

Une stratégie visuelle claire et cohérente, corrélée à des objectifs définis, clairs et mesurables, est privilégiée si tu veux faire de la communication digitale.

Soigne ton logo, choisis les bonnes couleurs et la bonne typographie. Les images utilisées doivent être de haute qualité en adéquation avec les messages à transmettre.

Une stratégie visuelle pour les réseaux sociaux est un plan cohérent et réfléchi visant à créer une identité visuelle reconnaissable et attrayante. Elle sert à renforcer l'image de marque, capter l'attention de l'audience cible et favoriser l'engagement.

Avant de poster du contenu, il va falloir rechercher ton audience (savoir ce qui l'attire). On a parlé de la notion d'avatar en première partie. Prends du temps pour analyser les posts des artistes qui te ressemblent et regarde qui « likent » leurs posts. Regarde ce qui marche bien en termes de contenus relatifs à la musique et essaie de t'en inspirer pour proposer du contenu attractif pour ta cible.

Ensuite, définis ton image (comment tu souhaites être perçu par le public). Puis, tu pourras définir des thèmes et identifier les sujets clés à aborder. Enfin, il sera temps de sélectionner des typologies de posts (carrousels, reels, ...) ; l'objectif étant de promouvoir ta marque et ta musique.

Un conseil : tu peux tout noter dans un document que tu pourras relire en temps voulu, chaque fois que cela sera nécessaire.

Tu peux utiliser l'outil numérique Muzipulse pour noter tes objectifs et pour avoir une trace de ces derniers, afin de les relire à tout moment sur ton téléphone portable.

L'erreur quand on débute, c'est de foncer tête baissée, en postant à tout va, sans réelle stratégie. L'intérêt de la stratégie que tu dois mettre en place, est d'avoir un réel impact sur les personnes qui te découvrent et de faire bonne impression dès le départ.

Prends le temps de vraiment réfléchir au sujet. Par la suite, tu n'auras plus qu'à être dans l'opérationnel et mettre en place ta stratégie à travers des actions bien définies.

Maintenant que l'on a vu comment construire un projet artistique solide et cohérent, on va s'attarder sur la manière dont un artiste qui débute peut gagner en visibilité et réussir à s'imposer dans ce milieu. On verra comment utiliser les réseaux sociaux pour se faire connaître et comment se développer à la scène et la performance pour commencer à se faire une place dans le paysage

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

musical. En effet, une fois ces étapes franchies, on peut alors travailler sur ton développement et la gestion de ta carrière.

À RETENIR :

- * Le développement de l'image repose sur une direction artistique claire : des choix esthétiques cohérents (couleurs, tenues, décors, typographies, lumières) qui traduisent une vision reconnaissable et alignée avec ta musique et ta cible.
- * Un shooting photo efficace se prépare comme un projet : message à transmettre, ambiance, moodboard, tenues, équipe (photographe/DA, maquillage, coiffure), lieu et organisation. Des visuels de qualité renforcent ton professionnalisme et ta différenciation.
- * L'identité graphique est l'ADN visuel de ton projet (logo, typographies, palette de couleurs, style d'images) et sert à être identifiable instantanément sur tous tes supports.
- * Même pour un artiste débutant/émergent, l'image compte autant que la musique : une marque artistique cohérente aide à créer du lien, à attirer les bonnes personnes et à marquer les esprits avant même l'écoute.
- * Sur les réseaux sociaux, il convient d'avoir une stratégie visuelle structurée : cohérence charte/messages/valeurs, analyse de l'audience et des contenus qui fonctionnent, choix de thèmes et de formats, puis exécution avec méthode plutôt que publier au hasard.

PARTIE 2

—

Gagner en visibilité et s'imposer comme artiste

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1 - Stratégie réseaux sociaux et contenu

Aujourd'hui comme tu le sais, les réseaux sociaux sont devenus incontournables pour les artistes. Faire connaître son projet musical avec une bonne stratégie peut développer ta visibilité de manière considérable, si tu les utilises à bon escient.

75% de la population française utilise de manière active les réseaux sociaux.

Gagner des abonnés n'est pas une fin en soi ; avoir des personnes qui sont prêtes à acheter ta musique, ton merchandising, tes dates de concert, oui. Avant toute chose, il va falloir déterminer tes objectifs et intégrer l'ensemble des actions pour les atteindre. On parle souvent d'indicateurs clés de performance (ICP ou KPI en anglais pour Key Performance Indicator) pour voir si l'on a atteint ses objectifs. Ces derniers doivent être SMART (Spécifique – Mesurable – Atteignable – Réaliste – Temporel).

Généralement, il existe 3 types d'objectifs : la notoriété, l'image et la conversion.

Un exemple d'objectif SMART relatif à la notoriété : Avoir 3 reels dépassant les 5 000 vues

Un exemple d'objectif SMART relatif à l'image : Obtenir minimum 100 likes sur un post

Un exemple d'objectif SMART relatif à la conversion : Collecter 50 emails par mois

1.1- Création et planification de contenu engageant

Il est conseillé au départ, de se focaliser sur un réseau social et de l'exploiter au maximum. Une fois que tu seras à l'aise, tu pourras élargir ton contenu sur d'autres réseaux sociaux. Entre Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tik Tok, LinkedIn (oui, très utile pour être connecté à des professionnels de l'industrie musicale), tu as le choix.

Ta stratégie de contenu doit s'axer sur la démonstration de ton expertise, de ton histoire et le développement de contenu de qualité.

Concernant l'expertise, en tant qu'artiste/musicien, tu peux par exemple poster des vidéos de toi en train de composer ou encore en train de reprendre une cover à la guitare d'une chanson qui te plaît. Si tu n'es pas musicien, tu peux tout à fait faire une cover d'une chanson où tu mets en exergue ton grain de voix. Tu peux t'inspirer en faisant de la veille concurrentielle tout en étant imaginatif.

À travers ton histoire (référence au storytelling), le but est de projeter l'image que tu souhaites renvoyer et de développer ta notoriété. Appuie-toi sur les tendances du moment. Tu peux reprendre un fait d'actualité et donner ton avis. Cela peut mettre en avant ta personnalité, tes valeurs et faire adhérer des personnes à tes convictions.

On a déjà parlé d'identité visuelle : elle va te servir de guide pour te différencier. Utilise-la pour soigner ton contenu à ton image afin que l'on puisse t'identifier rapidement.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Avec un contenu de qualité, l'idée est de générer des interactions et de développer la viralité de ce dernier. Tu peux créer des vidéos qui mettent en avant ton talent, tu peux créer des visuels pour capter l'attention, tu peux faire des diffusions en direct pour interagir avec les internautes.

Pour t'aider, tu peux créer ta propre ligne éditoriale, c'est-à-dire que tes contenus vont se baser sur ta cible, le type de contenu (expert, humain/inspirational, promotion), le style rédactionnel, le choix du ou des réseaux sociaux, la fréquence de publication.

Une fois que tu as défini la fréquence de publication de tes contenus, planifie-les grâce à des plateformes comme Hootsuite, Buffer ou encore Meta.

Les gens disent qu'il faut beaucoup publier au départ pour développer son audience, à raison d'un post par jour par exemple sur Instagram, pendant un mois et demi. C'est du travail à temps plein. Alors si tu as la possibilité, fais-toi aider par une personne. Cette dernière est communément appelée « Community manager » ou « Social media manager ».

Si tu es tout seul, prépare tout en amont en étant souple, et publie de temps en temps des contenus à l'instant T.

Cependant, le quantitatif ne doit pas prévaloir sur la qualité. Mieux vaut des posts engageants et de qualité plutôt qu'une succession de posts dépourvus de valeur et d'intérêt. Cela est d'autant plus vrai que tu dois poster du contenu qui résonne avec ton audience, qui soit aligné avec tes valeurs et que tu as envie de partager auprès de ta cible. Ne te sens pas obligé de publier un post par jour si tu n'es pas inspiré ou que tu ne te sens pas à l'aise avec cela.

Sache que pour maintenir l'engagement et l'intérêt de ton audience, il est préférable de diversifier ton contenu. Par exemple, sur Instagram, tu peux créer du contenu éducatif (montrer ton expertise – 50%), du contenu inspirational (pour créer du lien – 30%) et du contenu commercial/promotionnel (pour convertir sans forcer – 20%).

Tu peux utiliser des hashtags pertinents, écrire des légendes fortes avec un call-to-action (appel à l'action) pour susciter des réponses. Tu peux également créer des sondages, des stories qui captivent pour favoriser l'échange avec ta communauté.

Je te conseille d'analyser tes contenus pour voir ceux qui attirent le plus l'attention de ton audience. Observe tes statistiques (nombre d'abonnés supplémentaires sur une période, portée des publications, taux d'engagement, ...) et adapte ton contenu en conséquence.

1.2- Optimisation des plateformes

Mais alors comment optimiser ses réseaux sociaux, une fois que l'on a mis en place sa stratégie social media ? C'est ce que l'on va aborder dans cette sous-section. C'est ce que l'on appelle le SMO ou Social Media Optimization qui aide à développer sa visibilité et sa notoriété.

Pour cela, tu dois, autant que faire se peut, créer du contenu qui suscite le partage, mais également l'engagement. Tu vas récompenser ce dernier en laissant par exemple un message personnalisé.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Tu peux utiliser un même contenu sur différentes plateformes. Un reel sur Instagram peut être relayé sur TikTok mais aussi sur Youtube en format short.

Mise sur la qualité de ton contenu. Même si tu t'inspires de la concurrence, apportes y ta touche personnelle.

Je te conseille de prendre part aux discussions sur des sujets qui te plaisent, te marquent ou qui parlent tout simplement de musique.

Tu peux ainsi aller poster un commentaire sur le dernier titre d'une artiste indépendante, qui est sorti. Cela va accroître ta visibilité mais aussi ta crédibilité si tu apportes ton expertise sur un sujet (exemple : sur le jeu d'un guitariste ou encore d'un pianiste, si tu es musicien).

Utilise des hashtags pertinents pour aider les personnes à te trouver, comme tu le ferais pour trouver de nouvelles personnes.

Planifie tes posts à l'avance. On en a déjà parlé et il existe des outils pour cela. En planifiant ton contenu, tu pourras produire en quantité, si tu es en accord avec cela.

1.3- Stratégies de viralité et d'engagement

Si tu as les moyens, je te conseille d'investir dans du bon matériel (lumière, micro adapté pour smartphone, trépied, ...) pour communiquer sur les réseaux sociaux. Rechercher le matériel de base requis pour un influenceur qui débute sur les réseaux sociaux est une piste pour s'aider à s'équiper au départ, quand on est artiste.

Pour créer de l'engagement, tu peux inciter ton audience à agir. Pour cela, tu peux utiliser des sondages, des quiz, des concours. Les images et les vidéos sont un bon moyen de développer l'engagement. Analyse tes statistiques pour voir ce qui fonctionne le mieux au niveau du ton et du type de contenu (humour, inspirationnel, infographie, ...).

Comment assurer la viralité sur les réseaux sociaux ?

Il n'y a pas de secret, il faut se distinguer des autres. Mais comment ? En étant original et créatif. Les vidéos sont un bon moyen de l'être car elles transmettent des émotions et tu peux utiliser le storytelling pour raconter une histoire. Les publications contenant des vidéos sont plus partagées que les autres formats de publication.

Les contenus simples et clairs encouragent le partage, ce qui favorise l'interaction.

Tu peux « surfer » sur les sujets d'actualité pour attirer l'attention et développer ta visibilité. Fais de la veille pour surveiller les hashtags populaires.

Les indicateurs d'engagement sont nombreux :

- portée (nombre de personnes uniques exposées à tes publications), clic sur la publication
- like, commentaire

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

- partage, abonnement, enregistrement

Si tu connais bien ta cible, tu peux commencer à mettre en place des campagnes publicitaires (Facebook et Instagram ads, Tik Tok ads, Google ads). L'idée est par exemple d'en faire une pour appuyer un post qui a généré de l'engagement et pour le rendre visible à plus de personnes. À noter qu'un post viral à portée organique a plus de valeur qu'un post publicitaire.

Pour développer la viralité, tu peux utiliser ce que l'on appelle des « hooks » irrésistibles. Par exemple, sur Tik Tok, pose une question qui attire l'attention ou utilise une phrase choc dans les trois premières secondes de ton post.

Si tu as un peu de budget, tu peux faire appel à un influenceur qui a une audience plus ou moins importante pour que ton contenu soit relayé auprès d'une cible plus large.

On distingue les nano-influenceurs (1 000 à 3 000 abonnés), les micro-influenceurs (10 000 à 20 000 abonnés), les macro-influenceurs (100 000 à 400 000 abonnés) et les top influenceurs (400 000 et plus). Je te conseille de sélectionner les influenceurs dont les valeurs et le public correspondant sont proches de toi.

Avoir une présence en ligne c'est bien. Corrélée à une présence sur le terrain, c'est mieux. C'est pour cela que l'on va voir comment se préparer pour des concerts et des showcases.

À RETENIR :

- * Au départ, il est préférable de se concentrer sur un seul réseau social, avec une stratégie de contenu claire axée sur ton expertise, ton storytelling et la création de contenus de qualité alignés avec ton identité artistique.
- * Une ligne éditoriale structurée (type de contenu, cible, fréquence, ton, objectifs) alterne contenu éducatif, inspirationnel et promotionnel, en privilégiant toujours la qualité et l'engagement plutôt que la quantité.
- * L'optimisation des plateformes (SMO) repose sur des contenus partageables, l'utilisation intelligente des hashtags, la réutilisation des formats (reels, shorts, ...), l'interaction avec d'autres artistes et l'analyse régulière des statistiques.
- * L'engagement se développe en incitant à l'action (sondages, quiz, « lives », appels à commenter), en étudiant les indicateurs clés comme la portée, les partages ou le taux d'interaction.
- * La viralité demande originalité et stratégie : hooks percutants, vidéos émotionnelles, veille sur les tendances, éventuelles campagnes publicitaires ciblées ou collaborations avec des influenceurs alignés avec ton univers et tes valeurs.

2 - Préparation à la scène et à la performance

2.1- Coaching vocal et scénique

Si tu es chanteur, que tu veux enregistrer ton titre et faire de la scène pour défendre ton projet devant un public, il est nécessaire de se préparer un minimum, à moins que tu ne sois déjà à l'aise. Si ce n'est pas le cas, faire appel à un coach vocal et scénique pour faire la meilleure performance possible semble judicieux.

En effet, quand tu vas interpréter ta chanson, l'objectif est de susciter l'émotion, en y rajoutant de la présence et une dose de mise en scène, d'être authentique et vrai.

Un coach vocal va t'aider à travailler les bases du chant et si tu n'es plus novice, de perfectionner ta technique. Tu apprendras à ne pas fatiguer ta voix, surtout si tu chantes plusieurs morceaux d'affilé. Ton coach t'aidera dans la justesse, la puissance, la respiration, la posture, la résonance ou encore la flexibilité de ta voix. Des cours de chant peuvent renforcer ta confiance en toi car au départ, c'est toujours un peu stressant de chanter autant devant un petit comité que devant un public plus large.

Comme un sportif de haut niveau, il va falloir pratiquer encore et encore, pour être prêt le jour J et partager le moment présent avec le public. Chante avec passion, conviction et attitude, comme si c'était la première et la dernière fois.

Tu peux faire appel à un coach d'expression scénique pour apprendre à occuper l'espace et à travailler la mise en scène. Il est important d'avoir une bonne estime de toi.

Un coach d'expression scénique va pouvoir t'aider sur la posture afin d'être à l'aise en chantant. Il peut également te faire travailler la gestuelle, le regard, le sourire, l'articulation et l'intonation.

En faisant appel à un coach vocal et d'expression scénique, tu prendras du recul sur tes capacités et tu pourras mieux identifier tes atouts et les améliorations à apporter. Tu avanceras plus vite en étant moins seul.



COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.2 - Gestion du stress et de la présence sur scène

De nombreux artistes, musiciens sont confrontés au trac avant de monter sur scène. Pour être moins anxieux, moins nerveux, être plus confiant et avoir moins peur, il est important de se préparer.

Les répétitions sont un bon moyen de se sentir plus à l'aise avec le temps et de se sentir prêt le jour J. Si tu peux, essaie de répéter devant des gens, des amis, ta famille et demande leurs avis. Cela t'entraînera à t'habituer à être observé quand tu joues et à en faire une routine progressive au fur et à mesure de tes représentations.

Tu peux participer à des jams/open mic où l'ambiance est plutôt bonne enfant et les personnes bienveillantes. Comme il n'y a pas d'enjeu et que tu t'entraînes, la pression se fera moins importante, et même si tu as le trac avant de passer cela sera déjà un très bon exercice pour tes futurs concerts.

N'hésite pas à identifier les éléments qui suscitent des émotions et des réactions physiques chez toi afin de t'améliorer pour la suite.

Les techniques de visualisation canalisent ton cerveau sur une performance réussie. Tu t'imagines réussir ta performance, avoir des ondes positives du public.

Pendant les répétitions, n'hésite pas à prendre des vidéos pour rectifier le tir (posture, mimiques).

Avant de monter sur scène, réalise des exercices de respiration (inspire et expire longuement) pour te détendre, et prends-toi quelques minutes pour méditer. Il est important de se mettre dans de bonnes conditions avant l'événement, comme par exemple passer une bonne nuit de sommeil.

Avant d'aller sur scène, dis-toi que ça va marcher. Non, tu ne vas pas oublier les paroles. Aie une posture ouverte et prend du plaisir, amuse-toi !

Une fois sur scène, sois à l'aise en étant relativement droit et relâché. N'oublie pas de faire un balayage visuel du public et de sourire. Surtout, sois dans l'instant présent pour être connecté à ce public.

Il ne faut pas être trop statique. Le théâtre est une discipline qui peut t'aider à développer ton aisance scénique, alors pourquoi pas ne pas tester quelques cours.

Enfin, essaie d'immortaliser chaque passage joué devant un public, en prenant des photos, des vidéos ; de même lorsque tu es en répétition. Tu auras ainsi de la matière pour tes supports de communication en ligne.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.3 - Mise en place de showcases et de concerts

Une fois que tu auras pris confiance en participant à des jams et open mic, tu seras prêt à passer à la vitesse supérieure et à faire des concerts et des showcases.

On va déjà identifier qui sont les différents intervenants pour que tout cela voit le jour.

Il y a le producteur de spectacles : il assure la mise en œuvre, le suivi humain, financier et matériel du spectacle. Il conçoit, organise, finance. Il est responsable de tous les aspects de la production, en passant de la création artistique à la diffusion, ainsi qu'à la gestion administrative et financière.

Puis, il y a le tourneur/booker, qui a pour rôle de rechercher des dates pour l'artiste, et de les négocier. Plus précisément, le tourneur a pour rôle d'organiser la tournée d'un artiste et le booker vend les spectacles des artistes qu'il a dans son catalogue.

Enfin, il y a l'organisateur ou le diffuseur, qui va s'occuper du public.

Le contrat que l'on rencontre le plus souvent est le contrat de cession du droit d'exploitation d'un spectacle. Ce contrat est conclu entre un producteur et un organisateur de spectacles, aux termes duquel le producteur s'engage à fournir à l'organisateur un certain nombre de représentations moyennant une rémunération forfaitaire.

Le contrat de coproduction ou de coréalisation lie le producteur et l'organisateur, en travaillant main dans la main et en se partageant les frais et les recettes.

En auto production, on parle de contrat d'engagement. L'organisateur de spectacles travaille directement avec l'artiste et non avec un producteur.

Un showcase est un mini concert de musique où tu peux inviter des journalistes, des auditeurs, voire des fans et d'autres professionnels de la musique, pour introduire la sortie d'un EP, d'un album. En général, il dure vingt à trente minutes.

Par exemple, les showcases qui se déroulent au FGO Barbara à Paris, durent en moyenne le temps de 5 titres. Pour réussir ton showcase, prépare ta setlist avec des morceaux bien sélectionnés. Le son doit être quasiment parfait, alors il va falloir répéter autant que tu peux afin d'être prêt le jour J. Il y a toujours une session de répétition pour effectuer les balances avec l'ingénieur du son avant le show.

Comme tu n'auras pas beaucoup de temps durant ton passage, je te conseille d'éviter de trop parler pendant les morceaux. N'oublie pas de faire la promotion de ton showcase sur les réseaux sociaux et de contacter les professionnels avec qui tu aimerais bien travailler, pour les inviter en amont de l'événement. À la fin du showcase, ce sera le moment d'échanger avec les personnes présentes et de nouer des relations. Tu peux également distribuer des éléments physiques, comme des cartes de visites, des goodies.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Si tu souhaites organiser ton premier concert, il est primordial de déterminer l'objectif de ce dernier : par exemple suite à la sortie d'un album, pour fidéliser ta fanbase, pour réaliser un concert intimiste.

En général, pour les artistes émergents, il est préférable de viser une salle d'une capacité de 50 à 300 places. Elle doit être à proximité des transports en commun et doit disposer d'un bon système sonore, d'un bon éclairage et d'une équipe technique professionnelle et compétente.

Ensuite, viens l'étape de la détermination des coûts puis celle de la prévision d'un budget : location de la salle, matériel son et lumière, cachets des musiciens et techniciens, coûts marketing, sécurité et logistique.

Ne pas oublier également d'assurer la gestion de la billetterie (billetterie en ligne comme Shotgun).

Tout cela demande organisation, rigueur, communication et budget. N'hésite pas à faire des campagnes de crowdfunding ou à demander des subventions à des partenaires pour t'aider financièrement.

Il existe des salles sur Paris dans lesquelles tu peux te produire en tant qu'artiste débutant/émergent :

- Les Trois Baudets dans le 18ème
- FGO Barbara dans le 18ème
- La Place (Paris Centre)
- Le Supersonic dans le 12ème
- La Manufacture Chanson dans le 11ème
- Le Scenobar dans le 20^{ème}
- La Maz dans le 1^{er} arrondissement

Il y en a d'autres et je ne pourrai pas toutes les citer dans ce guide.

À noter que des cafés-bars et des restaurants proposent aux artistes de se produire. En fonction du lieu, les recettes peuvent être divisées comme suit : octroi de 20% des recettes du bar à l'artiste.

Tu peux également participer à des festivals en envoyant ton dossier de candidature ou encore participer à des tremplins/concours (le Fair par exemple). Connecte-toi sur le site du Riffx ou de Groover et essaie de sélectionner les tremplins qui t'intéressent.

Un bon plan est de faire la première partie d'un concert. C'est un très bon moyen de se faire connaître. Il va falloir que tu développes ton réseau d'artistes pour l'envisager, à moins d'être déjà signé dans un label. Il est préférable de ne pas viser trop haut pour tes premiers concerts et de commencer localement.

Tu peux rechercher des artistes qui ont le même style musical que toi et qui ont un niveau plus avancé que le tien puis faire une liste. Regarde où ils vont se produire. S'ils n'ont pas de première partie, tu peux contacter les propriétaires de la salle qui pourront probablement te mettre en relation avec les managers des artistes ou éventuellement le tourneur.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.4- Développement de partenariats et de collaborations

Avant de partir à la rencontre d'autres talents, pose-toi les bonnes questions : cherches-tu un beatmaker pour un single en particulier ou un projet sur le long terme ? As-tu besoin d'un photographe pour un shooting professionnel ou du contenu régulier pour tes réseaux sociaux ? En clarifiant tes besoins, tu pourras mieux cibler tes recherches et tes prises de contact.

Travailler avec d'autres chanteurs ou groupes de musique est un moyen d'accroître ta notoriété et de développer ta visibilité auprès d'une nouvelle audience. Tu peux ainsi faire un featuring avec un artiste dans le même style que toi, voire dans un style complètement différent du tien pour diversifier ta fanbase.

En général, en France, un featuring n'est pas payant. Cependant, il faudra que tu t'attardes et que tu sois vigilant sur le pourcentage de royalties (issus de la vente de disques et de streams) réparti entre l'artiste et toi. Il faudra également répartir les points que chacun va toucher au niveau des droits d'auteur, notamment si la musique est diffusée en radio, lieux publics sonorisés, télévision, ...

Pour trouver des artistes avec qui collaborer, tu peux aller sur les réseaux sociaux. Tu peux participer à des concerts ou des festivals ou encore chercher dans des annuaires d'artistes comme Jamspac. Sur Instagram, certains artistes laissent la possibilité de leur envoyer un email (le leur ou celui de leur manager).

Sur Tik Tok et Youtube, tu peux découvrir des beatmakers qui postent des instrumentales et cherchent des collaborations. Il existe pas mal de groupes sur Facebook dédiés aux collaborations créatives. Sur LinkedIn, tu peux te connecter à des professionnels comme des directeurs artistiques, des responsables d'antenne.

La collaboration est souvent un véritable moteur de créativité, d'opportunités et de visibilité. Tu peux aller sur des plateformes comme SoundBetter, Groover, Kompoz, pour collaborer avec des musiciens ou encore faire écouter ta musique à des professionnels.

En étant en partenariat avec un label, tu auras plus de temps à consacrer à ta musique, dans le sens où ce dernier se chargera notamment de l'aspect promotion ou distribution ou diffusion ou les trois en même temps.

En général, ce sont les labels qui viennent vers toi. Mais rien ne t'empêche de contacter des labels indépendants pour leur faire écouter ton travail et leur faire découvrir ton univers. Si tu as un retour positif et qu'ils te signent, je te conseille de bien lire ton contrat et le cas échéant, de faire appel à un avocat pour ne pas te trouver coincé dans une relation de moyen, long terme, qui ne t'avantage pas.

Faire un partenariat avec un curateur de playlist est un bon moyen d'élargir la diffusion de ta musique, surtout si la playlist possède de nombreux abonnés.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Pour développer ta visibilité, tu peux également faire un partenariat avec une marque dont les valeurs et l'image sont similaires aux tiennes. La marque peut par exemple placer un de ses produits dans ton clip.

Les influenceurs peuvent t'être utiles pour te rendre visible ou promouvoir ton projet. Tu n'es pas obligé de prendre quelqu'un issu du secteur musical mais dont la cible et les valeurs sont proches des tiennes.

Prends le temps d'assister à des événements comme des festivals, des conférences autour de la musique. Lorsqu'il s'agit notamment d'événements professionnels, sois prêt à dégainer ton pitch, bien préparé en amont. On abordera le sujet du pitch dans la partie 4.

Sur Fiverr, tu peux faire appel à des prestataires pour la réalisation de clips, de visuels, etc. Sache qu'aujourd'hui, le clip est devenu incontournable pour promouvoir une chanson.

Tu peux demander à des étudiants d'école de cinéma de t'aider dans la réalisation de vidéos, pour un budget moindre qu'un professionnel aguerri.

Quand tu contactes un professionnel, soigne ta prise de contact et construis une relation, pas juste une transaction.

Même si tu as besoin d'un visuel ou d'un beat rapidement, essaye de créer un lien humain. Discute de tes inspirations, échange sur ton parcours.

Une collaboration réussie peut en appeler d'autres et parfois donner naissance à une équipe solide pour plusieurs projets.

Il faut savoir qu'avant de recevoir, il faut d'abord donner, alors sois généreux avec les contacts ciblés avec qui tu échanges, que ce soit à distance ou en présentiel.

Lorsque tu envoies des messages ou des emails, n'hésite pas à relancer les personnes car parfois elles ne sont pas disponibles du premier coup et n'ont pas le temps de répondre rapidement aux sollicitations. Tu peux faire une première relance après sept jours, puis une deuxième une semaine après la première relance.

2.5 - Candidatures pour des résidences artistiques et tremplins musicaux

Une résidence d'artiste (comme la Cité internationale des Arts) est un dispositif grâce auquel un artiste ou à un collectif bénéficie d'un temps et d'un espace dédiés à la création artistique.

Tu peux bénéficier de moyens techniques, parfois d'un hébergement, et dans certains cas, d'un soutien financier.

Tu peux te renseigner auprès d'organismes comme le CNM, les CNCM ou encore contacter des centres culturels.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Les festivals de musique et les fondations artistiques (comme la fondation Sacem) proposent également des résidences artistiques. N'hésite pas à te renseigner à ce sujet dans ton bassin territorial.

Les tremplins sont des événements musicaux qui mettent en lumière les artistes émergents, souvent sans maison de disques et qui cherchent à se faire connaître.

Un tremplin musical peut être organisé par des festivals (Les Inouïs du Printemps de Bourges, les iNOUÏS du MaMA Festival...), des médias (France Inter, Ricard Live, Radio France) ou encore des salles de concerts, des villes, des associations, voire des marques privées.

Il se déroule souvent en plusieurs étapes : sélection sur dossier, prestation « live » devant un jury, puis finale, parfois sur une grande scène.

Comme pour les résidences, tu peux trouver sur Internet les différents tremplins qui se déroulent dans ta région et ceux qui ont une portée nationale. Tu as par exemple le Fair, Variation(s) ou encore les tremplins RIFFX.

Je te conseille de t'inscrire aux newsletters des organismes qui proposent des tremplins pour rester informé (exemple : la newsletter de Fedelima). Tu auras ainsi des informations plus précises, notamment concernant les dates limites de candidature.

2.6- Accès à des concours et opportunités de visibilité

Participer à des concours t'aidera à gagner en visibilité auprès des professionnels, à renforcer ton dossier artistique, à accéder à des scènes prestigieuses et à potentiellement bénéficier d'un accompagnement artistique.

Pour identifier les bonnes opportunités pour ton projet, sois actif sur les réseaux sociaux où de nombreuses structures partagent leur appel à candidature en stories.

Inscris-toi sur des plateformes d'artistes comme Groover, qui propose des appels à projets.

Tu peux participer à des concours/tremplins comme le Sodalite talents, Emergenza, ou encore, comme je l'ai mentionné plus haut, les iNOUÏS du Printemps de Bourges ou encore le Prix Société Pernod Ricard Live Music.

Soigne ton dossier, que ce soit au niveau de la biographie, des visuels, des morceaux. Je te conseille de personnaliser ta candidature à chaque appel.

Même si tu ne gagnes pas, tu es repéré (c'est déjà une victoire).

Les premiers lieux d'exposition quand on est artiste et que l'on cherche des opportunités de visibilité, sont les plateformes de streaming et les réseaux sociaux.

Mais monter sur scène (faire des concerts et des showcases) est le top vecteur de visibilité. Si tu n'as pas de tourneur pour t'aider à trouver des dates, prends le taureau par les cornes et

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

démarche les programmeurs de salles, les organisateurs (SMAC, mairies, centres culturels, café/pubs/restaurants, ...). Endosser une casquette de commercial n'est pas toujours évident. Mais si tu ne tentes rien, tu risques de passer à côté d'opportunités.

Avoir un article dans les médias et les webzines est également un bon moyen de gagner en crédibilité et en notoriété.

Une fois que tu commenceras à faire des scènes, il deviendra primordial d'apprendre à gérer ton début de carrière pour passer à l'étape supérieure.

À RETENIR :

- * La performance scénique repose sur une préparation sérieuse : coaching vocal pour maîtriser technique, respiration et endurance, coaching scénique pour travailler posture, gestuelle et présence afin de transmettre une émotion authentique au public.
- * La gestion du stress est importante : répétitions régulières, prestations devant un petit public, visualisation positive, respiration et travail sur la confiance en soi sont gages de transformation du trac en énergie constructive.
- * Organiser des showcases et concerts demande une vraie stratégie (objectifs, budget, salle adaptée, contrats, promotion, billetterie) et constitue un levier majeur de visibilité, notamment via premières parties, festivals et tremplins.
- * Les partenariats et collaborations (artistes, producteurs, labels, influenceurs, marques) sont des accélérateurs de notoriété et de créativité, à condition d'être aligné artistiquement et vigilant sur les aspects contractuels et financiers.
- * Les résidences, concours et tremplins offrent des opportunités précieuses de visibilité, de réseau et de professionnalisation ; même sans gagner, participer est synonyme de repérage potentiel et de renforcement de sa crédibilité dans l'industrie musicale.

3 - Développement et gestion de carrière

3.1 - Aide à la création d'un EPK et d'une biographie professionnelle

Si tu souhaites te professionnaliser, la création d'un EPK (Electronic Press Kit) devient nécessaire car il est une photographie d'où tu en es musicalement à l'instant T.

C'est un outil de communication que tu peux adresser aux labels, aux médias en ligne, aux journalistes, aux tourneurs. Bref, c'est un incontournable pour te promouvoir, développer ta carrière et te démarquer.

Il regroupe généralement :

- une biographie, des photos professionnelles, des liens vers tes réseaux sociaux,
- tes dates de concert ou encore le pitch de ton dernier single ou album,
- tes coordonnées,
- tes vidéos clips ou vidéos de concerts,
- des articles sur toi,
- des liens d'écoute de ta musique vers les plateformes de streaming,
- des chiffres clés.

Aujourd'hui, la tendance n'est plus la version papier mais plutôt la version web. Tu peux t'aider d'outils comme Wix, Canva ou encore BandZoogle.



N'oublie pas d'être cohérent avec ta charte graphique lors de la création de ton EPK.

Lorsque l'on est artiste indépendant, la biographie est l'un des éléments à avoir pour promouvoir sa musique.

Elle ne doit pas être trop longue (entre 300 et 500 mots). Pour ton EPK, privilégie les 300 mots.

Elle doit contenir ton nom, ton rôle, ta localisation géographique, tes projets passés, actuels et futurs, ton actualité, tes influences.

Elle doit être simple, compréhensible et impactante. Même si c'est toi qui l'écris, la rédaction doit se faire à la 3ème personne.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

3.2 - Accompagnement pour contacter des labels, tourneurs, bookers

Cette partie va être assez courte car en général ce sont les labels, les tourneurs et les bookers qui te trouvent et non l'inverse, à moins d'avoir un bon carnet d'adresses.

C'est en faisant des concerts et des showcases que tu vas attirer l'attention des professionnels ; notamment s'ils sentent qu'il y a du potentiel, que le public adhère et que tu es professionnel.

Aujourd'hui, de nombreux acteurs de l'industrie « surfent » sur les plateformes de streaming et les réseaux sociaux pour aller découvrir de nouveaux artistes.

Tu peux toujours aller sur le site des maisons de disques ou labels que tu souhaites intégrer, en leur envoyant des démos ou des chansons abouties de bonne qualité.

Quant aux tourneurs et bookers, rien ne vaut les rencontres physiques, alors n'hésite pas à te rendre à des événements professionnels, comme le BIS de Nantes ou encore le MaMA Festival à Paris.

Trouver des contacts est possible grâce au réseau social professionnel LinkedIn. Tu peux obtenir leurs coordonnées en utilisant un outil comme Kaspr par exemple, pour aller récupérer l'adresse email du contact et éventuellement son numéro de téléphone.

Si tu ne trouves personne dans ton entourage pour devenir ton manager, tu peux te tourner vers des managers professionnels dont certains ont leurs tickets d'entrée auprès des maisons de disques, moyennant rémunération.

Tu peux en trouver sur Groover. Tu peux également soumettre ton projet sur le site de l'AMA, l'Alliance des Managers d'Artistes.

Une bonne initiative est de poster des annonces de recherche sur des sites comme Zikinf, Easyzic ou encore Audiofanzine. N'hésite pas à contacter des agences de manager d'artistes que tu pourrais trouver sur la toile.

Si tu recherches des musiciens, participe à des jams sessions, rejoins des groupes de musiciens sur Facebook.

Quoiqu'il en soit, sortir et rencontrer du monde est important. Alors, travaille bien ta musique et ensuite va développer ton réseau. Ne reste pas isolé !

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

3.3- Gestion administrative et droits d'auteur

Un artiste peut cumuler plusieurs casquettes. Il peut être artiste interprète, auquel cas il interprète des œuvres en concert ou en studio. Il peut être auteur compositeur (écriture de textes, composition de la musique).

Tu peux être l'un ou l'autre soit les deux et ces deux statuts endossent des droits distincts.

Au niveau administratif, tu peux exercer en tant qu'intermittent du spectacle si tu travailles régulièrement pour des employeurs différents et que tu génères des cachets.

Tu peux également exercer en tant qu'auteur. Tu seras alors affilié à l'Urssaf Limousin et/ou à la sécurité sociale des artistes auteurs.

Tu peux aussi être auto entrepreneur si tu proposes par exemple des prestations (cours, animations, prestations techniques).

Mais également en société (SASU, SARL) si tu as un projet plus structuré ou collectif.

En fonction du statut choisi, il va falloir tenir une comptabilité, émettre des factures et déclarer tes revenus aux impôts.

Il convient de bien organiser tes papiers (contrats, factures, relevés SACEM...) pour pouvoir justifier de tes droits et revenus en cas de contrôle ou de litige.

Tu dois systématiquement contractualiser tes collaborations (contrat de cession, contrat de production, d'édition, de distribution, contrat de prestation scénique ou studio). On en reparlera dans la partie 6.

Les droits d'auteur protègent les œuvres dès leur création. En musique, cela concerne les paroles, les compositions musicales, les arrangements ...

Ils se divisent en deux grandes catégories :

- le droit moral : inaliénable, il garantit le respect de l'œuvre et de son auteur,
- les droits patrimoniaux : perception d'une rémunération lors de l'exploitation de l'œuvre (diffusion, vente, synchronisation...).

En France, la SACEM est l'organisme principal chargé de collecter et redistribuer les droits d'auteur pour les œuvres musicales. Il faut s'y inscrire en tant qu'auteur et/ou compositeur pour bénéficier de la protection et du suivi de ses œuvres.

Il existe d'autres sources de droits :

- SPEDIDAM ou ADAMI pour les artistes interprètes,
- SCPP/SPPF pour les producteurs,
- Youtube Content ID, Facebook Rights Manager, ... pour la monétisation numérique.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

La gestion administrative et les droits d'auteur constituent les fondations pour vivre de son art quand on est artiste.

Sache que si tu trouves un manager, il se chargera des relations contractuelles, des demandes administratives et des rendez-vous professionnels.

Il existe des organismes comme la maison des artistes, l'Agessa ou encore le CNAP, qui proposent régulièrement des formations pratiques, des guides et un accompagnement juridique ou administratif.

3.4 - Plan de carrière (objectifs à court, moyen et long terme)

Si tu veux te lancer dans une carrière musicale, avoir une vision de long terme est privilégiée. Il est important de connaître ses forces et ses faiblesses pour pouvoir avancer dans la bonne direction.

Il faut capitaliser sur tes forces. Renforce-les et forme toi dans les domaines où tu en ressens le besoin.

À toi de définir un plan de carrière sur du court, moyen et long terme, en sachant en amont quel est ton but et quelle est ta vision.

Sur du court terme (1 année), tu vas déterminer des objectifs SMART, comme par exemple, développer tes compétences musicales, faire tes premières scènes ou encore sortir ton premier EP.

Tes objectifs à moyen terme (3 à 5 ans) devraient correspondre aux avancées à obtenir, en vue de réaliser tes aspirations de long terme, comme signer avec un label ou encore faire une tournée régionale. À toi de les définir spécifiquement en fonction de ce que tu souhaites obtenir.

Enfin, sur du long terme (5 à 10 ans), tes objectifs doivent déterminer ta vision et tes ambitions. Cela peut être avoir une reconnaissance nationale ou contribuer à l'industrie musicale.

On l'a déjà notifié mais chaque objectif requiert d'être mesuré à l'aide d'indicateurs clés de performance, et ce que ce soit à court, moyen et long terme ; en ajustant tes objectifs le cas échéant.

Si par exemple sur du moyen terme, tu souhaites sortir un EP, tu peux suivre des indicateurs comme le nombre de streams, le nombre de nouveaux followers ou encore le nombre de ventes.

On a vu que la définition d'objectifs précis, la création et la planification de contenus engageants, le choix des réseaux sociaux et la recherche d'engagement sont des étapes clés pour la visibilité d'un artiste. Mais cela ne suffit pas.

Avoir une présence sur le terrain est tout aussi important ; d'où la nécessité de se préparer à la scène et à la performance, en vue de concerts et de showcases. Si tu es arrivé à ce stade, on peut dire que tu as un début de carrière et qu'il est alors temps de la développer et de la gérer.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

On va maintenant voir comment tu peux générer des revenus grâce à ta musique, pour tendre vers l'indépendance financière. L'objectif est dès lors, de te structurer, de financer et de piloter tes projets musicaux en autonomie.

Ceci est valable, si tu n'as pas signé dans un label et que tu es pour l'instant un artiste indépendant ; ce qui est souvent le cas au départ. Les gros labels et les maisons de disque ne signent généralement que des artistes qui justifient déjà d'un bon développement de carrière. Ils ne veulent pas prendre de risques financiers, ce qui n'est pas forcément le cas de certains labels indépendants. Aujourd'hui, de nombreux artistes montent leurs propres labels et choisissent l'indépendance artistique. Mais c'est un autre sujet.

À RETENIR :

- * Pour se professionnaliser, un EPK (Electronic Press Kit) clair, cohérent et léger est nécessaire : il regroupe bio, photos, musique, vidéos, actualité et contacts, et constitue un outil stratégique pour démarcher médias, labels et tourneurs.
- * Les opportunités avec les labels, bookers ou managers viennent souvent grâce à la visibilité scénique et digitale, mais il reste possible de provoquer les rencontres via des événements professionnels, des plateformes spécialisées et du réseautage actif.
- * La gestion administrative doit être prise au sérieux : choix du statut (interprète, auteur-compositeur, auto-entrepreneur, société...), organisation comptable, contractualisation systématique et inscription aux organismes de gestion de droits (SACEM, ADAMI, SPEDIDAM...) pour sécuriser ses revenus.
- * Bâtir un plan de carrière structuré avec des objectifs SMART à court, moyen et long terme, mesurés par des indicateurs précis, est nécessaire pour piloter son évolution artistique et tendre vers une carrière durable.

PARTIE 3

—

Financer, piloter et structurer son projet en toute autonomie

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1 - Monétisation et indépendance financière

Pour pouvoir générer des revenus grâce à ta musique, la diffuser partout est primordial.

On va identifier les différents moyens de générer de l'argent grâce à sa musique, sachant qu'il est conseillé de ne pas dépendre que d'une seule source de revenus.

1.1 - Stratégies pour générer des revenus

Déjà pour que tu sois visible, ta musique doit être distribuée en ligne, notamment sur les plateformes de streaming (Amazon Music, Apple Music, ...), en passant par un agrégateur (Tunecore, Distrokid pour ne citer qu'eux). Tu toucheras ainsi un peu d'argent à chaque écoute. Pour avoir plus d'impact, tu peux démarcher un distributeur digital comme Believe.

Vendre sa musique sur son propre site web ou sur Bandcamp est également un moyen de générer des revenus. Si tu as les moyens de créer ton propre site web, je t'invite à le faire car cela te rapportera des revenus directs sans intermédiaires.

En plus de la vente en ligne, tu peux faire de la vente physique avec des CDs et des vinyles (notamment pour les vendre au public après un concert et générer un cachet grâce à ce dernier). Si tu fais du merchandising, tu diversifieras tes rentrées d'argent (T-shirts, tasses, ...). Tu peux également vendre ton « merch » en ligne.

Tu peux faire des concerts en ligne pour lesquels tu fais payer l'entrée ou encore demander au public de participer au chapeau. Faire un concert directement chez un fan est aussi une option à considérer.

Le crowdfunding est un bon moyen de récolter de l'argent en échange d'une contrepartie pour tes auditeurs.

Les droits d'auteur et les droits voisins génèrent également des revenus (Sacem, Adami, Spedidam, ...). J'aborde le sujet des droits voisins à la page 88.

Si ta musique est placée dans des films, des publicités, des documentaires, ..., tu peux toucher des revenus. C'est ce qu'on appelle la synchronisation.

Les aides et les subventions aident au financement du développement de ta carrière. Elles sont octroyées par la Sacem, la SPPF, l'Adami mais aussi la Spedidam ou encore le CNM.

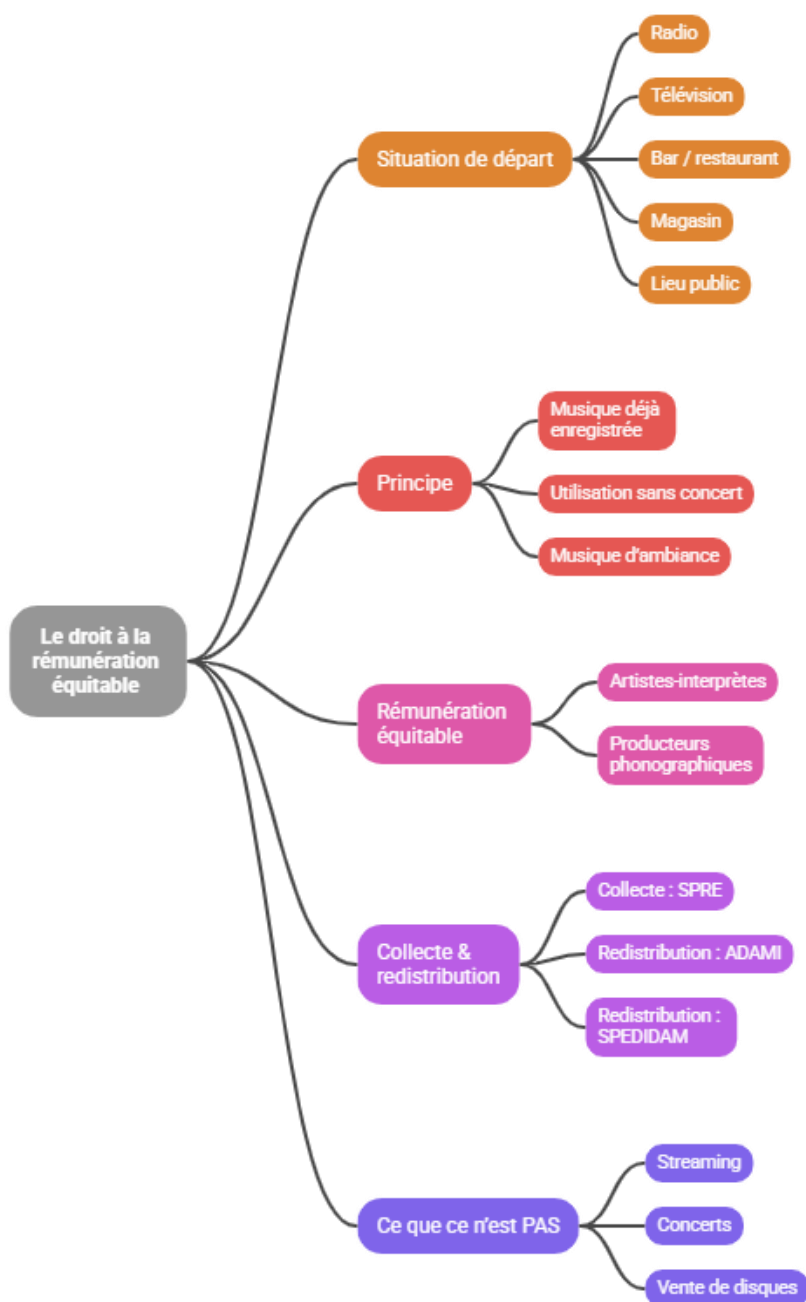
Tu peux proposer tes services en tant qu'auteur compositeur à d'autres artistes. Par extension, tu peux proposer des services d'arrangement.

Les musiciens peuvent donner des cours de musique ou encore de MAO, s'ils en ont les compétences. Ils peuvent s'inscrire par exemple sur des plateformes spécialisées comme Superprof.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Tu peux jouer dans des événements privés (mariages par exemple) pour avoir des revenus complémentaires, ou encore jouer pour quelqu'un d'autre si tu es un bon musicien (musicien de studio ou dans un groupe).

Image 2 – Le droit à la rémunération équitable



COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Image 3 – Le droit à la rémunération pour copie privée sonore



COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1.2 - Gestion et optimisation des financements

Avant d'optimiser tes financements, il est primordial d'avoir une idée du budget dont tu as besoin pour développer ton projet artistique.

Pour cela, il faut établir un budget pour la production musicale, les clips, la communication, la distribution,

Une fois que c'est fait, tu peux commencer à trouver des financements, des sources de revenus.

Les aides les plus simples à obtenir sont celles de la Sacem ou encore de l'Adami. Tu peux demander une aide à la création auprès de l'Adami, de la Spedidam. Cette aide peut être cumulée par une aide à la diffusion auprès du CNM.

Tu peux retrouver la majorité des aides disponibles ici :

<https://www.monprojetmusique.fr/>

De même, si tu as un travail en parallèle de ton projet artistique, cela peut t'aider à t'autofinancer et te garantir un filet de sécurité en début de carrière.

Une fois que tu commences à gagner de l'argent par exemple avec des prestations scéniques, il est nécessaire de gérer ton argent de manière optimale.

Compare les prestataires entre eux et tente de négocier les tarifs. Essaie de garder un certain montant de trésorerie pour faire face aux imprévus et effectue des dépenses qui impactent directement sur ta professionnalisation (coaching vocal ou scénique par exemple).

Pour optimiser tes financements, pose-toi la question de savoir si à chaque dépense, tu vas avancer dans ton projet artistique de manière concrète.

L'efficacité est une vertu. Au lieu de dépenser 2000 € dans un clip sans réelle stratégie de diffusion, investis plutôt 500€ ou 1000 €. Puis, utilise le reste de la somme pour un plan promotionnel efficace autour du clip.

La tenue d'une comptabilité est nécessaire pour visualiser tes revenus et tes dépenses. Assure-toi un suivi financier à fréquence régulière pour voir où tu en es.

Maintenant que tu as de la visibilité pour générer des revenus et financer ton projet, on va voir comment gérer ton projet musical.

À RETENIR :

- * Pour générer des revenus, il convient de diffuser largement sa musique (plateformes de streaming via agrégateurs, vente directe sur son site ou Bandcamp) et de multiplier les sources de monétisation.
- * La diversification est clé : concerts (cachets + droits d'auteur), merchandising, ventes physiques, concerts en ligne, crowdfunding, synchronisation (films, pubs), prestations privées, cours de musique ou services d'auteur-compositeur/arrangeur.
- * Les droits d'auteur et droits voisins (SACEM, ADAMI, SPEDIDAM...) ainsi que les aides et subventions (CNM, SPPF, ...) constituent des leviers importants pour soutenir financièrement un projet artistique.
- * Une bonne gestion financière commence par l'élaboration d'un budget précis (production, promotion, communication, distribution) et la recherche de financements adaptés, tout en gardant éventuellement une activité complémentaire pour sécuriser ses débuts.
- * Optimiser ses financements signifie investir stratégiquement (qualité sonore, communication efficace), suivre sa comptabilité régulièrement et s'assurer que chaque dépense contribue concrètement à la professionnalisation et à la croissance du projet.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2 - Gestion de projet musical et organisation

2.1 - Création d'un plan d'action personnalisé

Pour mettre en place un plan d'actions, il convient de déterminer tes objectifs et de les classer par priorité. Tu peux déterminer des objectifs stratégiques et des objectifs opérationnels.

Les objectifs stratégiques sont en corrélation avec ta vision, donc sur du long terme. De ces derniers découlent des objectifs opérationnels de court, moyen, long terme pour lesquels il faudra réaliser des actions pour les atteindre.

Tu peux attribuer les ressources nécessaires à la réalisation de ces actions, à savoir celles qui sont disponibles et celles que tu auras besoin de financer.

Je te conseille d'énumérer une liste de tâches pour chaque action dans un délai imparti. Pour se faire, construis un rétroplanning qui pourra te guider dans ton évolution et dans le temps. Mets en place des indicateurs de suivi.

Ce plan d'action sera ton fil conducteur pour suivre l'avancement de ton projet, pour clarifier ce que tu auras à faire, par qui et pour quand. Voici un exemple de plan d'action personnalisé pour un projet de sortie d'EP :

Tâche	Délai	Responsable	Ressources nécessaires	État d'avancement
Finaliser l'écriture des morceaux	Semaine 1 à 2	Moi	Temps de création, instrument	Fait
Répéter les titres	Semaine 3 à 4	Moi	Matériel de répétition, temps	En cours
Choisir et réserver un studio	Semaine 4	Moi	Budget 500€, comparatif, contacts	Réservé
Enregistrer les morceaux	Semaine 5	Moi / Ingé son	Studio, planning, technicien	À venir
Trouver un graphiste pour la pochette	Semaine 6	Moi	Budget 300€, brief visuel	À faire
Créer un plan de communication	Semaine 6 à 7	Moi	Modèle de planning	À faire
Lancer le teaser du projet	Semaine 8	Moi	Vidéo teaser, réseaux sociaux	À faire
Contacteur les blogs / radios locaux	Semaine 9 à 10	Moi	Base de contacts, email de présentation	À faire
Organiser un concert de sortie	Semaine 11	Moi Partenaire	Lieu, billetterie, musiciens invités	À faire
Sortie officielle de l'EP	Semaine 12	Moi	Distrokid, stratégie de sortie, visuels	À venir

Un plan d'action n'est pas figé dans le temps alors en observant les résultats, tu pourras ajuster ton plan en conséquent. Tu peux utiliser l'outil Muzipulse pour faire cela.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.2 - Gestion du temps et des priorités dans un projet musical

Gagner en productivité nécessite une bonne gestion du temps. Mais comment ?

En commençant par définir tes tâches/actions prioritaires que tu as pu lister suite à la définition de tes objectifs. Tu peux commencer par les tâches les plus difficiles à faire et te focaliser sur celles où tu vas concentrer tes efforts. Tu peux organiser tes tâches à la journée, en faisant une liste de tâches.

Je te conseille de ne pas tout mener de front et de déléguer si cela est possible (graphisme, mixage, ...).

Pour éviter la procrastination, regroupe tes tâches dans un agenda en les planifiant et veille à le respecter en ne le surchargeant pas trop.

Concentre-toi sur les tâches les plus importantes quand ton niveau d'énergie est au plus haut et attèle-toi aux tâches les moins importantes quand tu sens que tu es moins énergique.

Il existe des techniques et des outils pour t'aider à bien gérer ton temps.

La technique Pomodoro consiste à faire une liste de toutes les choses à faire, de les découper en tâches de 25 mn et de se fixer un temps de repos entre chaque tâche (5 à 10 mn).

La matrice d'Eisenhower classe les tâches en tâches importantes, urgentes, moins importantes et moins urgentes.

Elle classe les exigences, les tâches en fonction de leur importance.

Le terme Moscow est un acronyme ; chaque lettre représentant un niveau de priorité : M = Must have (doit avoir). Ce sont les éléments indispensables au succès du projet. Sans eux, le produit ou la version ne peuvent pas être livrés. S = Should (devrait avoir). Ce sont des éléments importants, mais pas vitaux. Leur absence n'empêche pas le fonctionnement du projet, mais ils apportent une vraie valeur ajoutée. C = Could have (pourrait avoir). Ce sont des éléments facultatifs, souvent liés à du confort ou à des améliorations. Ils sont inclus si le temps et les ressources le permettent. W = Won't have this time (n'aura pas cette fois). Ce sont des éléments écartés pour l'instant, soit parce qu'ils sont hors périmètre, soit parce qu'ils ne sont pas prioritaires. Ils pourront être traités plus tard.

Maintenant que tu as des exemples de cadres pour apprendre à mieux gérer ton temps, on va maintenant aborder l'indépendance artistique. Si tu souhaites l'obtenir, sans passer par des compositeurs, des arrangeurs, des ingénieurs du son et que tu as un peu de place chez toi, tu peux monter ton propre home-studio. Pour se faire, il va falloir t'équiper, si ce n'est pas déjà le cas.

À RETENIR :

- * La gestion de projet musical commence par la définition d'objectifs stratégiques (vision long terme) et opérationnels, priorisés et structurés dans un plan d'action clair avec ressources, tâches, délais et indicateurs de suivi.
- * Un rétroplanning détaillé est un vecteur d'anticipation de chaque étape (production, communication, sortie d'EP, ...). Il aide à avoir une vision globale tout en ajustant le plan selon les résultats obtenus.
- * Une bonne gestion du temps repose sur la priorisation des tâches, la planification réaliste dans un agenda, la délégation quand c'est possible et l'adaptation des missions à son niveau d'énergie.
- * Des outils comme la méthode Pomodoro, la matrice d'Eisenhower ou la méthode MoSCoW aident à organiser efficacement les priorités et à éviter la procrastination.
- * Une organisation rigoureuse (tableaux de suivi, planification, gestion des ressources) pour avancer de manière structurée.

3 - Autoproduction et indépendance artistique

3.1 - Outils et logiciels pour produire sa propre musique

Aujourd'hui, avec la démocratisation de la MAO, s'équiper en matériel n'est plus l'apanage de grands studios renommés.

La base est d'avoir un ordinateur assez puissant pour éviter les latences et les crashes. 16 Go de RAM minimum, des disques SSD pour la rapidité, une cadence du processeur idéalement supérieure à 4 Ghz, un processeur avec au minimum 6 cœurs.

Je te conseille de t'équiper de disques durs externes pour enregistrer tes projets, tes banques de sons, tes instruments et tes effets virtuels. Si ton budget est limité, tu peux investir dans un PC Windows qui, bien configuré, sera aussi puissant qu'un MAC.

Il te faudra un logiciel de MAO : FL Studio pour les musiques urbaines, Ableton Live pour les musiques électroniques et les performances live, Pro Tools utilisé dans de nombreux studios professionnels, Cubase ou Studio One pour le mixage professionnel ou encore Logic Pro.

Ensuite, il te faudra une carte son ou interface audio qui connecte tes enceintes, tes instruments, tes micros à ton ordinateur.

Équipe-toi d'une paire d'enceintes de monitoring ainsi que d'un casque de monitoring. Les enceintes doivent avoir un rendu fidèle, précis et neutre, adapté à la taille de ta pièce.

On distingue les casques fermés et les casques ouverts. Les casques fermés sont utilisés pour l'enregistrement des voix ou des instruments, tandis que les casques ouverts sont adaptés au mixage.

Pour enregistrer ta voix, il te faudra bien évidemment un microphone, comme l'Audio-Technica AT2020.

Si tu veux utiliser des instruments virtuels et ne pas seulement enregistrer ta guitare ou encore ta basse, il faudra t'équiper d'un clavier MIDI qui va jouer les notes de ces instruments virtuels.

Tu peux également t'équiper de surfaces de contrôle pour jouer ta piste de batterie avec des pads.



COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

3.2 - Structuration d'un projet 100% indépendant

Créer de la musique est une chose. Mais faire vivre un projet musical 100 % indépendant, c'est une autre aventure passionnante, exigeante, et souvent sous-estimée. Sans maison de disque, sans manager ou attaché de presse au départ, tu vas porter plusieurs casquettes à la fois.

Structurer ton projet devient alors une étape importante pour ne pas t'éparpiller et transformer tes idées en une vraie carrière artistique.

Dans un premier temps, clarifie ton intention artistique. Tu dois avoir une vision claire : quel est ton univers musical, que veux-tu raconter, qu'est ce qui te rend unique ?

Puis, organise tes contenus et tes sorties car, une fois ton univers défini, il va falloir préparer ta musique à sortir dans le monde réel. Cela passe par :

- une production musicale de qualité (composition, enregistrement, mix, mastering),
- la création d'un calendrier de sortie (singles, clips, EP, album...),
- l'anticipation de la stratégie de diffusion (plateformes de streaming, réseaux sociaux, concerts...).

L'objectif est de sortir régulièrement du contenu cohérent, sans t'épuiser, tout en construisant une vraie relation avec ton audience.

Ensuite, structure ton activité comme un professionnel. Même en indépendant, ton projet mérite d'être traité comme une vraie mini affaire artistique.

Il s'agit donc de choisir un statut juridique adapté (auto-entrepreneur, association, société...). Tu peux créer des outils de suivi (fichiers de contacts professionnels, tableaux de budget, rétroplannings) et poser les bases de ta gestion administrative (droits d'auteur, facturation, aides financières...).

La visibilité passe par une présence active et authentique en ligne. Cela ne veut pas dire être partout, mais choisir les bons canaux pour ton public.

En travaillant, tu vas te créer un univers visuel fort, reconnaissable et développer une stratégie de contenu (posts, stories, vidéos, newsletters...). Au fur et à mesure, tu vas apprendre à communiquer efficacement.

N'oublie pas de t'entourer intelligemment. Être indépendant ne veut pas dire être seul. Bien au contraire. Un bon entourage peut faire toute la différence.

Tu peux collaborer avec d'autres artistes, te former en continu (musique, marketing, production...), rejoindre des communautés, participer à des tremplins, rencontrer des professionnels, adhérer à des associations.

Comme tout projet, un projet artistique nécessite des fonds, d'où l'intérêt de recherche de financement. C'est ce que l'on a abordé dans cette partie.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

On va maintenant entamer la partie 4 qui va traiter du lancement, de la communication et de la fédération autour de ton projet.

On verra notamment les spécificités de l'organisation d'un événement de lancement, comme une « release party » pour fêter la sortie d'un EP par exemple. Il s'agira dans cette partie de comprendre quelle stratégie adopter pour lancer son projet et comment le promouvoir.

Tu seras probablement amené à faire des interviews, c'est pour cela que l'on traitera notamment du développement de ses compétences en communication. Enfin, fédérer sous-entend engager une communauté. On verra comment le faire en fin de partie.

À RETENIR :

* S'équiper intelligemment pour produire chez soi : avec la MAO, un home-studio accessible suffit pour créer des productions professionnelles sans grand studio (ordinateur performant, logiciel adapté comme FL Studio, Ableton ou Logic, interface audio, enceintes, casque de monitoring, micro et éventuellement clavier MIDI).

* Développer visibilité et réseau sans être isolé : construire un univers fort, une stratégie de contenu cohérente, utiliser le storytelling dans sa communication et s'entourer (collaborations, événements, communautés) pour faire grandir son projet tout en restant autonome.

PARTIE 4

—

Lancer, communiquer et fédérer autour de son projet

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1 - Stratégie de lancement et promotion musicale

La production d'un single, d'un EP ou d'un album constitue déjà une belle étape. Pour rencontrer ton public, il va falloir faire de la promotion (pré et post sortie du projet). Elle constitue une étape clé en vue d'une commercialisation.

Prenons un exemple : si un single t'a coûté 300 €, une des règles est que le budget investi pour la promotion de ce single devrait être le double de ton budget alloué à la production ; soit un montant d'environ 600 € pour la promotion.

D'où la nécessité de bien réfléchir en amont sur ta stratégie de promotion, tes objectifs et les actions à mener pour que ta musique touche le public que tu auras visé.

1.1 - Plan de sortie d'un single, EP ou album

Aujourd'hui, avec l'essor du streaming et où tout va vite dans l'industrie de la musique, publier de la musique régulièrement pour maintenir l'intérêt du public est important.

Sortir un single tous les 2-3 mois est une bonne cadence. Si tu ne te sens pas capable de sortir un titre à ce rythme, espace un peu plus (par exemple tous les quatre à six mois).

Le plus important c'est d'être constant. Ce plan de sortie (stratégie de sortie en cascade) est à privilégier en début de carrière car il attire la curiosité et crée un engouement progressif à chaque sortie.

Avant de sortir un EP ou un album, il est préférable de déjà sortir quelques singles pour attirer l'attention des professionnels et du public.

En tant qu'indépendant, en sortant des singles régulièrement, tu seras plus à l'aise avec les étapes de promotion, de communication. Ce sera alors beaucoup plus simple pour toi lorsque tu vas sortir un projet plus important.

Avec la sortie d'un EP, tu peux présenter un peu plus ton univers musical au public.

Le plan de sortie d'un album est d'environ tous les 1 à 3 ans. On le répète souvent mais c'est important qu'il soit de qualité. L'album est le format le plus prestigieux pour un artiste mais sa réalisation a un coût plutôt onéreux et sa promotion est plus complexe.

Si ton budget est limité, tu privilégieras les singles ou les EPs.

De même, si ton objectif artistique est d'expérimenter, les formats single ou EP seront plus appropriés.

À noter qu'en 2021, les albums ne représentaient plus que 10% des sorties contre 90% de singles et d'EPs.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

La publicité sur les réseaux sociaux, comme Instagram ou TikTok, est aujourd'hui monnaie courante pour faire découvrir sa musique. Si un des posts que tu publies de manière organique, c'est-à-dire sans faire de publicité, suscite de nombreux likes et de commentaires, n'hésite pas à consacrer un budget pour ce post, afin qu'il devienne plus viral.

Il faut savoir que la promotion est une étape souvent négligée ou improvisée par les artistes, alors qu'elle est tout aussi cruciale que la création elle-même. Un bon morceau sans stratégie de communication reste souvent dans l'ombre. Structurer sa promotion capte l'attention, fidélise une audience et optimise les retombées.

Pour assurer ta promotion, distribue ta musique sur les plateformes de streaming et fais la promotion de ta musique sur les réseaux sociaux. Tu peux utiliser les médias pour assurer la visibilité de ton projet musical et trouver des dates de concert. Si tu as une imagination débordante et que tu arrives à trouver des concepts de promotion à moindre coût autour de ton projet pour faire le buzz, n'hésite pas.

Je te conseille de préparer en amont ta promotion, à savoir trois semaines parfois même un mois et demi avant la sortie du single.

- Définis tes objectifs : visibilité, développement de ta fanbase, passages médias, ou booster les écoutes en streaming, ...

- Identifie ta cible : auditeurs visés ? Sur quelles plateformes sont-ils actifs ?

- Crée un plan de communication : échéancier, types de contenus, canaux de diffusion, actions à mener semaine par semaine.

- Prépare les supports visuels : pochette, teasers vidéo, visuels pour les réseaux, visuels stories, bannière de profil, ...

- Anticipe les envois presse : rédaction du communiqué de presse, dossier de presse, création d'un fichier presse (blogs, radios, playlists, médias locaux...)

Deux à trois semaines avant la sortie, il faut créer l'attente auprès de ta cible (teasers, pitch auprès des médias, pré-commande, ...).

Le jour de la sortie, publie un post fort et fais du bruit sur les réseaux sociaux (stories, reels, ...). Tu peux relancer les médias, les influenceurs et créer de l'engagement (release party).

N'oublie pas d'assurer un suivi les jours qui suivent la sortie, en continuant à publier du contenu et à analyser les résultats.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1.2- Stratégie de relations presse et playlists streaming

Les relations presse participent grandement à la communication autour de ton projet musical. Si tu as du budget, tu peux faire appel à un attaché de presse ou à une agence spécialisée dans ce domaine. Ce professionnel a un carnet d'adresse et joue de son relationnel pour avoir des diffusions et des parutions. En général, il est rémunéré aux alentours des 3 000 € pour défendre ton projet auprès de son réseau. Cependant, les résultats ne sont pas garantis.

Je te conseille d'entrer en contact dans un premier temps avec un attaché de presse web. La facture sera moins lourde et les retombées plus probantes grâce au digital.

Si tu n'as pas le budget pour t'offrir les services d'un attaché presse, tu peux mettre en place des actions pour attirer l'attention des médias.

Prépare un dossier de presse dans lequel sera inclus ta biographie, une description de ta musique, ta discographie, tes photos, tes parutions, tes prochains événements, tes liens de contact.

Tu peux également démarcher des médias locaux, webradios et radios locales, ainsi que des influenceurs émergents.

Intégrer des playlists doit faire partie de ta stratégie digitale. Quand on commence, il ne faut pas viser les grosses playlists, notamment, celles de Spotify. Surtout, ne paye pas un curateur de playlist pour que ta musique y soit intégrée.

À l'ère du streaming, les playlists sont devenues un outil à absolument prendre en compte pour faire découvrir ta musique à un large public. Qu'elles soient éditoriales, algorithmiques ou indépendantes, elles peuvent générer des écoutes massives à condition d'avoir une stratégie bien pensée.

Il existe trois types de playlist. Les playlists éditoriales qui sont créées par les équipes des plateformes de streaming (Spotify, Deezer, Apple Music...), comme par exemple : New Music Friday, Pop Française, La Relève. Les playlists algorithmiques, quant à elles, sont générées automatiquement par les plateformes en fonction des habitudes d'écoute des utilisateurs (Radar de sorties, Découvertes de la semaine, Mix personnalisé). Les playlists indépendantes (ou tierces) sont créées par des utilisateurs, influenceurs, médias, labels, Certaines peuvent avoir des milliers voire des millions d'abonnés.

Avant même de viser les playlists, assure-toi que ton profil artiste est complet et professionnel : photo de profil et bannière de qualité, biographie à jour, liens vers tes réseaux sociaux, mise en avant de tes playlists ou sorties, utilisation de l'outil "Artist Pick" sur Spotify.

Plus ton profil est soigné, plus il inspire confiance aux curateurs et à ton public.

Sur Spotify tu peux soumettre ton titre à l'équipe éditoriale via Spotify for Artists au moins trois semaines avant la sortie. C'est crucial pour avoir une chance d'être sélectionné dans une playlist éditoriale et activer automatiquement le Radar de sorties auprès de tes abonnés.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Certaines playlists indépendantes sont très influentes. Pour les viser, je te conseille de rechercher les playlists proches de ton style musical et d'identifier le curateur de chaque playlist via les réseaux sociaux, les crédits Spotify ou Internet.

Si tu réussis à trouver le contact de chaque curateur, tu peux leur envoyer un message personnalisé, court et professionnel, avec un lien vers ton morceau, une brève présentation et dire pourquoi tu penses que ton titre correspond à leur ligne éditoriale.

Des plateformes comme SubmitHub, Groover, Musosoup ou IndieMono peuvent t'aider à entrer en contact avec ces curateurs (parfois moyennant une rémunération).

1.3 - Organisation d'un événement de lancement

Pour marquer le coup de la sortie de ton single, EP ou album, et en assurer sa promotion, la release party est un événement à mettre en place pour marquer les esprits et fédérer.

Tu vas déterminer le budget alloué à cet événement et choisir un thème pour une ambiance unique. Par exemple, une salle de concert ou un club pour une performance « live » dynamique. Un bar ou un rooftop pour une ambiance plus intimiste, idéale pour un showcase acoustique.

Ton événement doit créer une expérience, d'où l'intérêt d'organiser des animations (« live », DJ, moment d'échange avec le public, stand merchandising et/ou dédicaces pour prolonger l'interaction).

Au niveau de tes invités, tu peux inviter tes amis, ta famille, d'autres artistes, des professionnels du milieu musical.

Tu peux également demander à l'organisateur combien de personnes tu peux inviter. Il est conseillé de ne pas rendre l'entrée de ton événement totalement gratuite. Faire appel à un sponsor peut être utile pour financer ce projet.

Pour attirer du monde, tu peux mettre en place un jeu concours pour des places gratuites, des produits dérivés à gagner, ou encore un tirage au sort.

De plus, une bonne communication est importante. Crée par exemple un événement sur Instagram, et pour gérer les inscriptions, tu peux utiliser Shotgun. N'hésite pas à publier du contenu en teasing sur les réseaux sociaux : coulisses des répétitions, anecdotes, extraits « live », visuels de l'événement....

Tu peux diffuser une invitation professionnelle (communiqué de presse + visuel) aux journalistes, labels, radios locales, influenceurs,

Utilise ta newsletter si tu en as une pour mobiliser ta base de fans et n'oublie pas de relancer tout ce beau monde à J-7 et J-1 avec les informations pratiques.

Le jour J, il faut s'assurer que tout soit fluide : une personne à l'entrée pour accueillir les invités, un bon timing entre les différentes parties du programme, un ou une photographe/vidéaste pour

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

documenter l'événement (utile pour convaincre des bookers, des festivals), des remerciements personnalisés pour les personnes clés (programmateurs, journalistes, invités VIP...).

Une fois l'événement passé, il va falloir capitaliser dessus. Il faudra notamment poster des photos/vidéos sur tes réseaux sociaux, envoyer un email de remerciement aux invités avec un lien vers le projet, contacter les médias présents pour un retour ou un article, réutiliser les images pour tes prochaines communications.

À RETENIR :

- * La promotion est tout aussi importante que la production : un lancement réussi nécessite un budget dédié (idéalement supérieur au coût de production), une préparation en amont et une stratégie claire pour atteindre sa cible et maximiser l'impact.
- * Adopter un plan de sortie cohérent et régulier : privilégier les singles en début de carrière, maintenir une cadence constante, préparer un rétroplanning précis et anticiper la communication plusieurs semaines avant la sortie.
- * Structurer une stratégie presse et playlists efficace : soigner son EPK et son profil artiste, travailler son storytelling, cibler médias locaux et curateurs adaptés à son style, soumettre ses titres en avance et éviter les pratiques douteuses (playlists payantes non officielles).
- * Créer un événement marquant autour de la sortie : organiser une release party ou un showcase stratégique, générer du contenu, inviter médias et professionnels, puis capitaliser sur les retombées après l'événement.

2 - Développement des compétences en communication

2.1 - Coaching pour parler en public et en interview

Être artiste ne consiste pas seulement à créer et à performer.

Aujourd'hui, il faut aussi savoir se présenter, raconter son projet, défendre sa vision et incarner son message, que ce soit face à un journaliste, sur scène, dans une vidéo ou devant un public.

Pour beaucoup, cet exercice est source de stress, de maladresse voire de blocages. C'est là qu'intervient le coaching pour apprendre à prendre la parole en public.

Il est nécessaire de travailler ta prise de parole pour gagner en impact et en clarté. Tu as beau avoir un univers riche, si tu n'arrives pas à l'expliquer clairement, le public ne peut pas s'y connecter.

Un coach en la matière t'aidera à structurer ton discours, trouver les bons mots pour parler de ton art, mettre en avant ce qui te rend unique.

Être à l'aise en interview ou face caméra ça s'apprend et le coaching va t'aider à exprimer ton message sans te perdre, à gérer ton stress ou ton trac, à garder le contrôle tout en restant naturel.

La manière dont tu t'exprimes contribue directement à ton image de marque : le ton de ta voix, ton vocabulaire, ton langage corporel, l'authenticité et la cohérence entre ce que tu dis et ce que tu incarnes, ce que tu laisses comme impression : crédible, touchant, inspirant, drôle... ou flou, hésitant, distant.

Un coaching en prise de parole artistique est adapté à ta personnalité, à ton univers et à tes objectifs.

Il peut inclure un travail sur le fond (pitch d'artiste, préparation de tes réponses clés en interview, formulation de ton message artistique de manière claire et percutante).

Un travail sur la forme sera également nécessaire (respiration, diction, gestion du stress, travail du regard, de la voix, du corps, de la posture, de l'expressivité).

Si tu as une interview, tu peux demander à ton interlocuteur de te « briefer » sur les sujets, les thématiques ou les questions qui seront abordées.

Il est important de faire passer ton message sans trop te disperser avec des détails. Ton discours doit être structuré efficacement.

Bien sûr, il faut être convaincant et engager ton auditoire tout au long de ta prise de parole. Mais le plus important est de se débarrasser de la pression et de garder confiance en toi.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.2 - Création d'un pitch percutant pour présenter son projet

Que ce soit pour convaincre un label lors d'une session d'écoute, pour défendre ton projet sur les plateformes de streaming ou encore pour convaincre des partenaires ou d'autres artistes, il est nécessaire de créer un pitch pour présenter ton projet.

Un pitch a pour objectif de convaincre et puise sa source dans ton histoire. Il ne doit durer que quelques minutes et doit être adapté à ton interlocuteur. Tu vas adapter ton argumentation, tes idées, en fonction de ce dernier. Ton pitch doit être clair et simple.

Il est composé d'une accroche pour capter l'attention, puis d'une phrase de présentation (ton identité artistique), ce que tu fais (ce que tu proposes, ton projet), quels sont tes résultats (ce que ton projet apporte), quelles sont tes valeurs (pourquoi c'est différent, inspirant). Le pitch inclut également une phrase d'ouverture et un appel à l'action (« je suis ouvert aux collaborations « live » cet été »). Il doit durer trois minutes au maximum. On parle parfois d'« elevator pitch » lorsque celui doit durer le temps d'un trajet dans un ascenseur.

Exemple :

Accroche : et si la pop française pouvait à la fois faire danser... et faire réfléchir ?

Présentation : je suis Marie, artiste indépendante, autrice-compositrice-interprète de pop française, et je crée des chansons qui parlent de liberté et de renaissance.

Ce que je fais : je propose une pop mélodique, portée par des textes sincères et imagés. Mon projet mêle productions modernes et instruments acoustiques, avec une vraie attention portée aux paroles. Chaque titre raconte une histoire dans laquelle on peut se reconnaître : une rupture qui libère, un doute qui devient force, une reconversion qui change une vie.

Résultat : mon dernier single a dépassé les 20 000 écoutes en streaming et m'a permis de me produire sur plusieurs scènes locales. Mais au-delà des chiffres, ce sont surtout les messages que je reçois qui comptent : des femmes qui me disent s'être reconnues dans mes textes et qui ont trouvé du courage à travers mes chansons.

Valeurs : ce qui me distingue, c'est cette volonté de créer une pop sensible mais puissante, engagée sans être moralisatrice. Je défends l'authenticité, l'émancipation et la vulnérabilité assumée. Je crois qu'une chanson peut être à la fois accessible et profonde, et que la sincérité est ce qui touche durablement.

Ouverture : je développe actuellement un EP et je suis ouverte aux collaborations, premières parties et partenariats artistiques pour cet été. Si vous cherchez un projet pop francophone avec une vraie identité et un univers fort, je serais ravie d'en discuter.

Même si tu répètes plusieurs fois ton pitch pour mettre en valeur ta musique, laisse de la place à la spontanéité.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Tout ce que l'on vient de voir n'a de sens que si tu arrives à toucher un public. Ton objectif est de créer une communauté autour de ton projet et de convertir tes auditeurs en fans.

C'est ce que l'on va voir dès à présent.

À RETENIR :

- * Maîtriser sa prise de parole pour renforcer son image : savoir présenter clairement son univers, gérer le stress, structurer son discours et travailler voix, posture et langage corporel est important pour être crédible, impactant et aligné avec son image de marque en interview ou en public.
- * Construire un pitch clair, court et stratégique : un pitch efficace (accroche, identité, proposition artistique, singularité, appel à l'action) pour convaincre labels, partenaires ou plateformes, à condition qu'il soit préparé, adapté à l'interlocuteur et délivré avec authenticité.

3 - Création d'une communauté et d'une fanbase engagée

3.1 - Stratégies pour fidéliser et interagir avec son audience

Construire une audience engagée ce n'est pas seulement accumuler des followers ou des abonnés. C'est avant tout créer une véritable communauté autour de ta musique : des personnes qui te soutiennent et qui partagent ton aventure artistique avec enthousiasme.

Ces fans ne sont pas de simples spectateurs. Ce sont tes alliés les plus précieux. Ils t'accompagnent dans les hauts comme dans les bas, et contribuent activement à faire rayonner ton projet.

Cette communauté est importante car il s'agit bel et bien d'un soutien fidèle et sincère. Les fans engagés sont là pour toi, dans la durée. Ils achètent tes albums, parlent de toi autour d'eux, viennent à tes concerts, partagent tes clips... Certains vont même jusqu'à créer des fan clubs.

Un bel exemple ? Les fans de Taylor Swift, toujours très mobilisés. Lors du retrait de son catalogue sur TikTok, ils ont trouvé des solutions pour continuer à faire vivre sa musique sur la plateforme. Une belle preuve d'amour et de créativité !

Grâce aux fans, les opportunités se multiplient. Quand tu as une communauté forte, tout devient plus accessible. En effet, les labels, les programmeurs de concerts et les marques s'intéressent naturellement aux artistes qui fédèrent et font vibrer leur public.

Tes fans peuvent aussi devenir tes meilleurs conseillers. En ayant un lien direct avec eux, tu peux avoir des retours précieux. Leurs réactions, leurs commentaires, leurs coups de cœur te donnent des indications précieuses sur ce qui fonctionne et sur ce que tu pourrais explorer.

Beaucoup d'artistes échangent avec leur public en amont de leurs sorties pour co-construire quelque chose de fort.

Créer une audience engagée, c'est donc bien plus qu'un objectif marketing. C'est tisser un lien humain, sincère et durable avec celles et ceux qui vibrent avec toi.

Tu peux publier du contenu qui te ressemble pour fidéliser ton public : des extraits de tes morceaux, des coulisses de ton quotidien d'artiste, des nouvelles importantes... Tes réseaux sociaux sont ta scène virtuelle.

Tu peux aussi faire écouter tes morceaux en avant-première sur des plateformes comme Sound Cloud pour tester ta musique.

L'artiste Sherifflazone, par exemple, y partageait régulièrement ses sons. Grâce aux retours de sa communauté, il a su affiner sa direction artistique avant de passer à l'étape suivante sur les plateformes de streaming.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Il faut créer du lien avec ceux qui te suivent en répondant à leurs messages. Tu peux commenter, aimer leurs messages, échanger. En proposant des « lives », des petits concours tu vas générer des interactions qui renforcent la proximité.

N'hésite pas à varier les formats de contenu : au-delà de la musique, pourquoi ne pas proposer des vidéos, des interviews, des vlogs ou même des podcasts. Ton public apprendra à mieux te connaître et découvrira l'univers qui t'anime. Le Motif, par exemple, a utilisé sa série "Un son par jour" sur YouTube pour montrer son quotidien de producteur : une initiative originale et impactante.

Pour fidéliser tes fans, il est important de savoir les remercier. Quand une personne parle de toi ou partage ton contenu, remercie-la. Tu peux également partager le contenu de ta communauté.

Récompense tes fans les plus fidèles en leur offrant par exemple, une entrée gratuite pour ton prochain concert. Propose-leur des réductions sur ton album ou encore des offres promotionnelles sur tes derniers goodies.

Tu peux proposer du contenu exclusif, notamment aux personnes qui s'abonnent à ta newsletter. En collectant leurs adresses emails, tu pourras également leur envoyer du contenu pertinent (offres spéciales, événements).

3.2 - Création d'un storytelling impactant pour fédérer une communauté

Le storytelling est un moyen de raconter une histoire, ton histoire. Même si tu veux seulement faire de la musique, il faut savoir que les gens se connectent aux émotions, pas aux produits. Quand tu achètes un produit, il y a souvent une part d'irrationalité. On en a déjà parlé mais ceci est une piqûre de rappel.

Quand tu partages ton univers, tes doutes, tes réussites, tes combats, ton public s'identifie à toi. Tu ne deviens plus seulement une voix ou un clip YouTube, mais une personne à part entière qu'on a envie de suivre, d'encourager, de soutenir.

Pour créer un storytelling impactant, je t'invite à définir ton « why », c'est-à-dire pourquoi tu fais de la musique. Cela te servira de base pour ton storytelling.

Ensuite, tu peux parler de ton évolution, des moments clés qui font que tu en es là aujourd'hui.

Je te conseille de déterminer quelles sont tes valeurs et d'évoquer ce que tu défends à travers ta musique.

Avec un storytelling bien ficelé, une histoire qui a du sens, tu seras en mesure de fidéliser ta communauté et de créer une communauté engagée.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

3.3 - Animation de « lives » et gestion d'une fanbase

Rien de mieux que le « live » pour interagir en direct avec sa communauté.

Tu peux par exemple faire un concert en « live session », accompagné de musiciens. Pour cela, tu peux utiliser Facebook live, Obs studio, Instagram, Twitch ou encore Youtube.

Outre le fait d'avoir une bonne connexion Internet, il faudra réfléchir au lieu dans lequel aura lieu la diffusion.

Pense aux lumières, au décor, à ta setlist et entraîne-toi pour commettre le moins d'erreurs possibles lors du direct.

Avant le « live », n'hésite pas à mettre une annonce sur tes réseaux sociaux pour indiquer que tu seras bientôt en direct et ce, au moins 48h à l'avance. En amont, tu peux réfléchir à créer un fil conducteur (intro/mot de bienvenue, chanson 1, moment d'échange, chanson 2, questions du public, annonce/actualité, dernier morceau, clôture).

Durant le direct, je te conseille d'être naturel, de te présenter et d'indiquer la durée du live aux spectateurs. Tu peux poser des questions simples dès le début et raconter quelque chose entre chaque titre (l'histoire derrière les paroles par exemple).

Tu peux créer un moment fort, comme une démo acoustique et ajouter quelques effets visuels comme des transitions animées, des sous-titres.

À la fin du « live », n'oublie pas de dire aux gens ce qu'ils doivent faire (call to action), comme par exemple acheter ton album ou encore s'inscrire à ta newsletter.

Après le « live », remercie ta communauté et fais la promotion du replay que tu peux découper en différents extraits pour alimenter ta communication. Tu peux utiliser la publicité pour le promouvoir.

Il convient d'analyser les résultats et de les prendre en compte pour tes prochains « lives ».

Pour gérer ta fanbase, encore faut-il en avoir une. Tu n'as pas besoin de centaines de milliers de fans pour vivre de ta musique.

Si tu arrives à avoir 1000 fans fidèles et engagés, tu peux déjà réussir à générer des revenus. Si l'on suppose que tu vendes un panier moyen de 40€ à chacun de tes fans sur une année, cela représentera 40 000 € l'année.

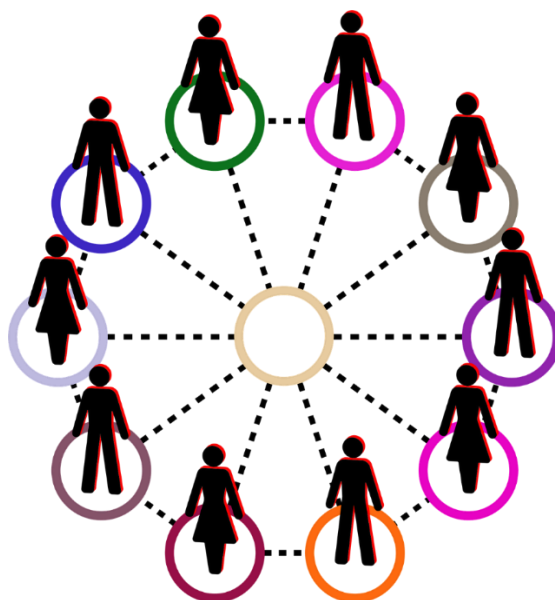
Si tu es actif, tu vas progressivement développer ta fanbase, grâce notamment à une forte présence en ligne.

Je te conseille de jouer dès que tu peux en « live » dans des bars, des clubs, Tu pourras initier des rencontres avec ceux qui aiment ta musique et leur offrir des expériences exclusives pour les fidéliser.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

La gestion d'une fanbase part du principe que tu crées une relation authentique. Pour cela, partage tes coulisses, tes réflexions, ... et sois accessible.

Tu peux poser des questions à tes fans et les valoriser. La relation ne doit pas être à sens unique.



Cette partie 4 est maintenant terminée et on va dès à présent parler des sujets de l'épanouissement, de la progression artistique et du réseau professionnel.

Au départ, tu vas probablement endosser toutes les casquettes (marketeur, créateur, tourneur, ...). Il se peut qu'au début de ton aventure artistique, tu te retrouves rapidement débordé et mentalement déstabilisé. C'est pour cela que l'on traitera de l'importance du bien-être et du mental quand on est artiste.

Il est également nécessaire de progresser dans ton art ; d'où l'importance de la formation continue.

Enfin, au gré de ton parcours et de tes échanges, tu seras amené à faire de nouvelles rencontres. Ce sujet sera abordé dans la section 3 de cette partie 5.

À RETENIR :

- * Créer du lien plutôt que chercher des chiffres : une vraie communauté repose sur une relation humaine sincère, où les fans deviennent des soutiens actifs (partages, concerts, achats) et contribuent directement au développement de ta carrière.
- * Fidéliser par l'interaction et la valeur ajoutée : répondre aux messages, proposer des contenus variés (coulisses, exclusivités, « lives », concours, newsletter). Remercier et récompenser les fans renforce l'attachement et l'engagement sur le long terme.
- * Utiliser le storytelling pour fédérer : partager ton "why", ton évolution, tes valeurs et ton univers à ton audience pour qu'elle s'identifie à toi et s'investisse émotionnellement dans ton projet.
- * Animer et structurer sa fanbase intelligemment : organiser des « lives » préparés et interactifs, analyser les retours, offrir des expériences exclusives et construire progressivement une base de fans fidèles (même 1000 vrais fans engagés peuvent suffire à générer des revenus durables).

PARTIE 5

—

Épanouissement, progression et réseau professionnel

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1 - Bien-être et mental d'artiste

1.1 - Gestion du stress et du perfectionnisme

Quand on est artiste, on est parfois confronté au stress avant de monter sur scène, devant un public.

Pour y palier, des exercices de relaxation et de respiration peuvent être utiles, que ce soit avant ou pendant le concert.

Après il n'y a pas de secret, s'exercer est nécessaire. Il est utile de travailler tes morceaux et ton chant régulièrement, afin de gagner confiance en toi et de te sentir plus à l'aise lors de la représentation.

Il se peut également que tu commettes des erreurs et que tu oublies par exemple la manière de chanter sur telle phrase, comme ton professeur de chant te l'a indiqué. Le public ne s'en rendra pas compte. Nul n'est parfait, alors même s'il y a de temps en temps un décalage avec les répétitions, cela arrive, alors sois indulgent.

Pour le bien-être de ta santé mentale, essaye de te détacher du regard des autres et de ne pas te comparer à eux. Tu devrais te réjouir de la réussite d'un artiste et laisser de côté ta jalousie.

Dans ces moments, souviens-toi de la raison pour laquelle tu fais de la musique et poursuis tes objectifs. Une œuvre qui touche profondément une seule personne a déjà rempli son rôle.

Le perfectionnisme est une arme à double tranchant. D'un côté, il te pousse à donner le meilleur de toi-même, à affiner tes créations, à viser l'excellence. De l'autre, il peut devenir un véritable frein qui bloque ta créativité, t'empêche de terminer tes projets, ou pire encore... de les partager au public. En tant qu'artiste, il convient d'apprendre à composer avec cette tendance.

Il faut accepter que la perfection n'existe pas. Tu peux passer des heures, des jours, voire des mois à peaufiner une œuvre mais il y aura toujours quelque chose que tu pourrais « mieux faire ». Ce qui compte, ce n'est pas la perfection technique, mais l'émotion que tu transmets.

Je te conseille de t'imposer des délais fixes mais fermes. Par exemple, tu peux te fixer comme objectif de travailler un morceau pendant trois semaines et ensuite, tu le publies.

Le public ne voit pas les détails qui te dérangent, alors ose partager même si tu n'es pas 100% satisfait. Mieux vaut créer, partager, apprendre et progresser que de rester figé.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1.2 - Confiance en soi et mindset entrepreneurial

Pour avoir confiance en soi, il faut se connaître un peu plus et se respecter. Quelles sont tes qualités ? Tes réussites ? Ce dont tu es le plus fier ? Quelles sont tes valeurs ?

Je t'invite à faire une liste de tes forces et de tes accomplissements. Dans le cadre de ton activité artistique, essaie d'avoir des retours constructifs pour gagner en assurance et vaincre progressivement le syndrome de l'imposteur.

Provoque ta propre chance et ose faire des choses dont tu ne te crois pas capable de faire. Bien sûr tu peux te tromper, mais c'est aussi comme ça que tu avanceras.

Tu peux mettre en place des actions qui te sortent un peu de ta zone de confort.

Tu peux également te créer des images positives dans ton cerveau, en visualisant ce que tu vas faire, par exemple, avant une performance. Aie confiance en toi en acceptant ta différence et ne fais pas des choses qui ne te ressemblent pas.

Aujourd'hui, avec l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux, les artistes tendent à devenir des entrepreneurs, on les appelle des « musipreneurs », contraction entre musiciens et entrepreneurs.

Un musipreneur peut s'occuper de la création de l'œuvre, de la promotion, du marketing, de la communication, de la distribution ; bref il est polyvalent.

Être entrepreneur ne s'improvise pas, le mindset est important. Et pour se faire, je te suggère d'avoir une vision claire et de te défaire de tes croyances limitantes.

Comment ? En mettant en place une routine, en cultivant la discipline et la régularité, en tolérant l'échec ; il n'y a que des expériences qu'elles soient bonnes ou mauvaises.

Entoure-toi de personnes qui te tirent vers le haut, te stimulent. Je te conseille de lire des livres de mentors qui t'inspirent.

Il est nécessaire d'apprendre en continu, que ce soit par exemple par rapport à ton éducation musicale, par rapport au marketing digital,

Je te conseille d'agir, de passer à l'action, même si tu as peur de faire des erreurs et même malgré l'inconfort.

1.3 - Équilibre entre vie artistique et vie personnelle

Il est assez fréquent que la frontière entre activité artistique et temps personnel soit floue. Comme en général c'est une passion, elle peut supplanter ta vie privée. Il devient alors primordial de se fixer une plage de temps réservée à la création et de se laisser du temps pour son bien-être personnel.

N'hésite pas à faire des pauses lorsque tu traverses des périodes de doutes, de remises en question, de blocage créatif. Tu peux chercher du soutien auprès de ta famille, d'un mentor ou encore d'autres artistes.

Tu peux planifier ta semaine entre ton activité artistique, tes loisirs, tes amis, ta famille et ton travail alimentaire si tu en as un. Tu pourras ainsi consacrer du temps pour chaque aspect de ta vie, sans culpabiliser.

Il faut connaître la valeur du repos. Créer demande de l'énergie, mais surtout de l'espace mental. Or, l'inspiration s'épuise si l'on ne s'accorde jamais de pauses. Apprendre à intégrer des moments de déconnexion sans culpabilité, est nécessaire pour préserver sa créativité sur le long terme : faire une promenade, méditer, passer du temps avec des proches, cuisiner, se détendre.

Il n'existe pas de recette miracle : tu dois trouver ton propre rythme. Certains auront besoin de créer tous les jours, d'autres par phases intenses suivies de longues pauses. L'important est d'être à l'écoute de ses besoins et de ses limites, sans se comparer aux autres et sans céder à l'injonction de la productivité permanente.

Apprendre à dire non est important. Non à certaines sollicitations, non à des projets mal rémunérés, non à l'idée que l'on doit toujours être disponible, inspiré ou productif. C'est aussi apprendre à expliquer son mode de vie aux proches, pour éviter les malentendus et préserver ses relations. On a le droit de refuser une sortie pour se reposer.



Maintenant que tu as des bribes de clés pour être épanoui en tant qu'artiste, il est important que tu te formes en continu pour t'améliorer dans ta discipline, que ce soit le chant, la pratique d'un instrument ou encore pour en savoir plus sur les domaines qui touchent de près ou de loin au développement d'un projet artistique. C'est ce que l'on va voir à présent.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

À RETENIR :

- * Apprendre à gérer stress et perfectionnisme : pratiquer régulièrement, utiliser des techniques de respiration, accepter l'imperfection et se fixer des délais pour éviter la paralysie créative et de progresser.
- * Développer confiance en soi et mindset entrepreneurial : se connaître, valoriser ses forces, sortir de sa zone de confort, dépasser le syndrome de l'imposteur et adopter une discipline d'entrepreneur pour avancer durablement dans sa carrière artistique.
- * Préserver son équilibre personnel : structurer son temps, s'accorder des pauses, apprendre à dire non et respecter ses limites pour protéger sa santé mentale et de maintenir sa créativité sur le long terme.

2 - Education musicale et formation continue

2.1 - Développement de l'oreille musicale et de la créativité

On distingue deux types d'oreille musicale :

- * l'oreille absolue : identifier et reconnaître une note de musique sans aucune référence externe
- * l'oreille relative : reconnaître des mélodies, des accords

Pour les développer, tu peux pratiquer l'écoute active ; c'est-à-dire que tu vas identifier les éléments clés d'une chanson, comme par exemple, la mélodie, les progressions d'accords, les motifs récurrents.

Tu peux également développer ton oreille harmonique, à savoir reconnaître les progressions d'accords et prédire la suite harmonique que prendra la musique. En reproduisant des mélodies et des accords à l'oreille, tu développes ta compréhension des relations entre les notes, les intervalles.

Développer tes connaissances en théorie musicale est important. Comprendre les gammes, les accords, t'aidera à reconnaître les structures musicales.

Collaborer avec d'autres musiciens ou chanteurs est aussi un bon moyen de développer ton oreille musicale. Faire partie d'une chorale va faire travailler ton oreille harmonique. Jouer dans un groupe de musique t'obligera à écouter les autres instruments et à rester en harmonie et en rythme.

Tu peux utiliser des applications comme ToneGym ou encore Meludia Melody. Travailler ton oreille avec des exercices t'aidera à relever plus facilement les mélodies, les accords ou encore à mémoriser les notes et à identifier la tonalité d'un morceau.

Développer ton oreille présente de nombreux avantages comme le fait de mieux jouer avec les autres, d'improviser avec assurance, de composer plus librement, d'apprendre plus vite et de corriger tes erreurs. Tu détectes plus rapidement une note ou un accord faux.

Développer sa créativité dans la musique, c'est avant tout oser explorer, se tromper, sortir de sa zone de confort et surtout... prendre du plaisir.

Le perfectionnisme est l'un des plus grands freins à la créativité. Autorise-toi à créer de l'imparfait. Les erreurs font partie du processus. Ce sont souvent elles qui mènent à des trouvailles inattendues. Tu peux te fixer des temps de création "libre", sans jugement ni objectif de résultat.

Voici des recommandations pour t'améliorer : changer tes habitudes musicales en changeant de gamme par exemple ou en travaillant dans un autre style que le tien. Composer dans un tempo inhabituel. On ne crée jamais dans le vide.

Il convient d'expérimenter : tester des mélanges inédits de sons, jouer avec ta voix. Même si cela ne "marche pas", tu auras appris quelque chose.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

2.2 - Ateliers et masterclass avec des professionnels

En tant qu'artiste, il est nécessaire de s'informer sur les rouages et les évolutions de l'industrie musicale, sur l'écosystème qui t'entoure, sur les dernières tendances en matière de marketing musical,

Le CNM (Centre National de la Musique) propose différents ateliers gratuits accessibles sur simple inscription (les 360 du CNM).

D'un point de vue purement musical, tu peux également participer à des ateliers d'écriture. À Paris, il y a la Manufacture Chanson qui propose un atelier pour développer et perfectionner ses techniques d'écriture de textes de chansons.

Tu peux faire le point sur les sujets que tu souhaites découvrir, apprendre, développer et te donner les moyens et le temps de participer à des ateliers.

De même, il existe des masterclass dont les intervenants sont des professionnels (producteurs, ingénieurs du son, musiciens, ...) que ce soit sur la thématique de la composition musicale, du music business, du beatmaking,

De nombreuses structures proposent régulièrement ce type d'événements : écoles de musique, MJC, centres culturels, studios, festivals, organismes de formation professionnelle...

Les réseaux sociaux et l'inscription à des newsletters spécialisées sont de bonnes sources d'information.



2.3 - Techniques vocales et instrumentales

Les techniques vocales et instrumentales sont des fondations importantes pour tout artiste. Essaie de prendre le temps de nourrir ta technique au service de ton art.

La base d'une voix maîtrisée réside dans la respiration. Travailler la respiration en utilisant ton diaphragme aide à mieux contrôler le flux d'air, à soutenir les notes longues et à limiter la fatigue vocale. Des exercices réguliers aident à installer une respiration calme, profonde et efficace.

Le placement vocal évite les tensions inutiles. Une voix bien placée résonne dans les bons espaces et demande moins d'efforts. Il aide à avoir une voix plus claire, plus puissante et mieux projetée.

Il est important d'avoir une bonne articulation, surtout lorsque l'on chante en français. Le public comprend mieux le texte et elle renforce l'impact émotionnel du chant. Des exercices sur les consonnes, voyelles et la fluidité du discours sont très utiles.

Au-delà de la technique pure, l'interprétation donne vie à une chanson. Jouer sur les nuances (pianissimo, forte, legato, staccato), le timbre et les intentions, transmet un message sincère. C'est là qu'en tant qu'artiste, tu prends le relai sur la technique.

Si tu n'es pas à l'aise avec ta voix, n'hésite pas à prendre des cours de chant pendant quelques temps pour apprendre les techniques vocales (soutien à la respiration, posture, échauffement de la voix, voix de tête, voix de poitrine, résonnance).

Qu'il s'agisse de la guitare, du piano, des percussions ou autre, il est important de choisir un instrument qui t'inspire et qui s'intègre bien à ton univers musical.

La progression instrumentale demande de la patience et de la rigueur. Il est préférable de travailler un peu chaque jour, en commençant par des exercices techniques (gammes, arpèges, rythmes) avant de passer à des morceaux ou des compositions.

Maîtriser son instrument, c'est aussi être libre d'improviser et de sortir des schémas préétablis, de nourrir l'inspiration et de trouver des idées originales. C'est un excellent exercice pour développer son oreille et son instinct musical.

Se filmer, s'enregistrer, se réécouter et demander des retours constructifs t'aident à évoluer plus rapidement.

Parallèlement, pour développer ton projet, il ne faut pas négliger les événements professionnels ; que ce soit pour rencontrer des professionnels, des artistes, développer ton réseau, trouver des informations, établir de nouvelles collaborations. On va voir cela plus en détails dans la prochaine section.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

À RETENIR :

- * Développer son oreille et sa créativité en continu : pratiquer l'écoute active, travailler l'oreille relative et harmonique, s'exercer régulièrement (applications, reproduction à l'oreille, jeu en groupe) et oser expérimenter pour composer plus librement et improviser avec assurance.
- * Se former auprès de professionnels et rester curieux : participer à des ateliers, masterclass et formations aide à progresser techniquement tout en comprenant les évolutions de l'industrie musicale.
- * Renforcer ses bases vocales et instrumentales : travailler respiration, placement, articulation, interprétation et technique instrumentale avec rigueur et régularité garantit des performances solides, expressives et durables, au service de son identité artistique.

3 - Networking

3.1 - Intégration à des événements

Il existe différents événements annuels récurrents auxquels tu peux assister pour faire du networking.

En début d'année, il y a le MIDEM (Marché International du Disque et de l'Édition Musicale). Il se tient traditionnellement à Cannes et réunit chaque année des professionnels de la musique du monde entier : labels, éditeurs, distributeurs, artistes, managers, startups, plateformes numériques, avocats, C'est un salon professionnel international destiné à faire du networking, présenter des innovations, assister à des conférences et montrer son projet ou son répertoire lors de showcases.

Tu as également le Paris Radio Show, qui a lieu généralement en février de chaque année. C'est un salon professionnel dédié à l'audio, la radio et le podcast, organisé chaque année à Paris, principalement à La Bellevilloise.

Le Babel Music XP est un forum-festival international dédié aux musiques du monde, à Marseille. C'est un rendez-vous incontournable pour les professionnels qui souhaitent échanger, créer des synergies, et découvrir les tendances musicales mondiales. Il s'adresse également aux artistes à la recherche de visibilité, de diffusion internationale et d'opportunités. Enfin, il attire le public désireux de découvrir une scène musicale internationale riche et diversifiée.

La Convention des Labels Indépendants est un événement annuel organisé dans le cadre du Disquaire Day au Point Éphémère à Paris et qui met en lumière la scène musicale indépendante (labels, artistes et amoureux de la musique alternative).

Le Printemps de Bourges est un festival annuel majeur de musiques actuelles, qui se tient chaque printemps à Bourges pendant environ une semaine.

Musicora est un salon qui se tient à la Seine Musicale à Paris et qui rassemble des professionnels de la musique, des fabricants d'instruments et des musiciens.

Bien évidemment, on n'oublie pas la fête de la musique, le 21 juin de chaque année, pour jouer et gagner en visibilité.

La Convention des JIRAFE des Musiques Actuelles (JIRAFE = Journées de l'Innovation, de la Répétition, de l'Accompagnement, de la Formation et de l'Environnement) est un rendez-vous professionnel annuel centré sur l'univers des musiques actuelles, organisé par le Réseau MAP à Paris. Cet événement a lieu généralement en septembre.

La convention a pour mission de favoriser l'innovation et les échanges sur les pratiques numériques, écologiques et sociétales, d'accompagner les professionnels sur des questions pratiques (structuration de projets, communication, financement, répétition), d'offrir des formats concrets de mise en réseau (ateliers, rencontres individuelles, speed-meetings, ...), de mettre en

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

avant les talents émergents, de promouvoir la RSO (Responsabilité Sociétale des Organisations), l'égalité et l'inclusion.

Le MaMA Festival se tient chaque année en Octobre à Paris. C'est un événement qui combine un festival et une convention pour les professionnels, pour favoriser les rencontres, échanges et découvertes artistiques.

Il existe plusieurs formats pour rencontrer des professionnels et développer ton réseau : conférences, débats, workshops, speed-meetings... Les concerts du festival, également ouverts au grand public, favorisent la découverte de nouveaux artistes dans des genres variés.

New Deal est un salon professionnel annuel dédié aux musiques de patrimoine, création, jazz et musiques improvisées, organisé depuis 2016 par la FEVIS, la Philharmonie de Paris et plusieurs partenaires. Il s'adresse aux équipes artistiques (ensembles, artistes, compagnies), aux programmeurs (festivals, salles, lieux culturels) et aux professionnels du spectacle vivant.

Les Rencontres Trans Musicales de Rennes (souvent appelées "Les Trans") est un festival international de musiques actuelles, célébré chaque début décembre à Rennes.

Le CréaSync Festival (ou CréaMusic Festival) est un événement professionnel et artistique dédié à la synchronisation et à la musique à l'image — idéal pour les compositeurs, éditeurs, superviseurs musicaux, réalisateurs et autres professionnels du secteur.

Les Biennales Internationales du Spectacle (BIS) est un événement professionnel majeur dédié au spectacle vivant. Organisé tous les deux ans à Nantes, cet événement réunit des acteurs culturels du monde entier pour échanger, débattre et découvrir les tendances du secteur. Les BIS sont un carrefour pour les professionnels du spectacle vivant (artistes, producteurs, programmeurs, techniciens, institutions, collectivités, ...). Les participants peuvent assister à des forums, des ateliers, des spectacles et des expositions.

Pour intégrer un réseau d'artistes indépendants, tu peux identifier les réseaux proches de ton univers et chercher des collectifs spécialisés dans ton style musical ou artistique dans ta région.

Je te conseille d'assister à des concerts, rencontres, conférences ou ateliers organisés par ces réseaux pour te faire connaître et rencontrer des membres. Une fois devenu membre, tu pourras participer aux activités, aux échanges, aux projets. Plus tu es impliqué, plus tu tires parti du réseau.

Pour bien choisir ton réseau, évalue sa taille (un petit collectif peut offrir plus de proximité, un grand réseau plus d'opportunités), regarde la dynamique (privilégie un groupe actif, avec une vraie entraide), vérifie les conditions (certains réseaux demandent une cotisation ou un engagement spécifique).

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

3.2 - LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel où tu peux envoyer des invitations de connexion à des personnes qui t'intéressent dans l'industrie musicale.

C'est un bon moyen de faire de la veille, notamment en suivant les pages des acteurs de l'industrie musicale. C'est une opportunité de développer ton réseau et d'échanger avec les personnes que tu as rencontrées à des événements.

LinkedIn n'est pas une plateforme pour trouver des auditeurs mais pour trouver des partenaires, des opportunités de collaboration, des soutiens professionnels, voire des financements.

Tu peux y présenter ton projet comme une activité entrepreneuriale, tisser des liens avec des programmeurs, producteurs, éditeurs, journalistes, coachs ou managers. Tu peux également y trouver des prestataires (ingénieur du son, vidéaste, attaché de presse...), montrer ton positionnement, ta vision artistique et ton évolution.

Ton profil LinkedIn doit refléter ton sérieux professionnel, ton identité artistique et ton parcours.

Voici quelques éléments :

- photo de profil professionnelle
- bannière personnalisée (visuel de ton EP, une photo de scène, ou un slogan fort)
- titre professionnel clair : par exemple « Autrice-compositrice-interprète | Pop française | En préparation de mon 1er EP »
- résumé (À propos) : utilise cet espace pour raconter ton histoire, tes valeurs, tes inspirations et ce que tu recherches actuellement (collaborations, scènes, accompagnement, ...).

Sur LinkedIn, il ne s'agit pas de faire de l'auto promotion brute. Il est important de raconter, de partager, de donner du sens.

Avant de créer ton profil LinkedIn, demande-toi si cela a un intérêt pour toi à l'instant T ou si tu préfères te concentrer en priorité sur d'autres réseaux sociaux.



On a vu comment se préserver face aux nombreuses tâches qui incombent à un artiste quand il débute. Comme un salarié dans une entreprise, il est important de constamment développer son réseau et de continuer à progresser.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

On va maintenant aborder le volet juridique, notamment les contrats, le droit d'auteur et les opportunités qui peuvent se présenter dans l'industrie musicale pour un artiste.

À RETENIR :

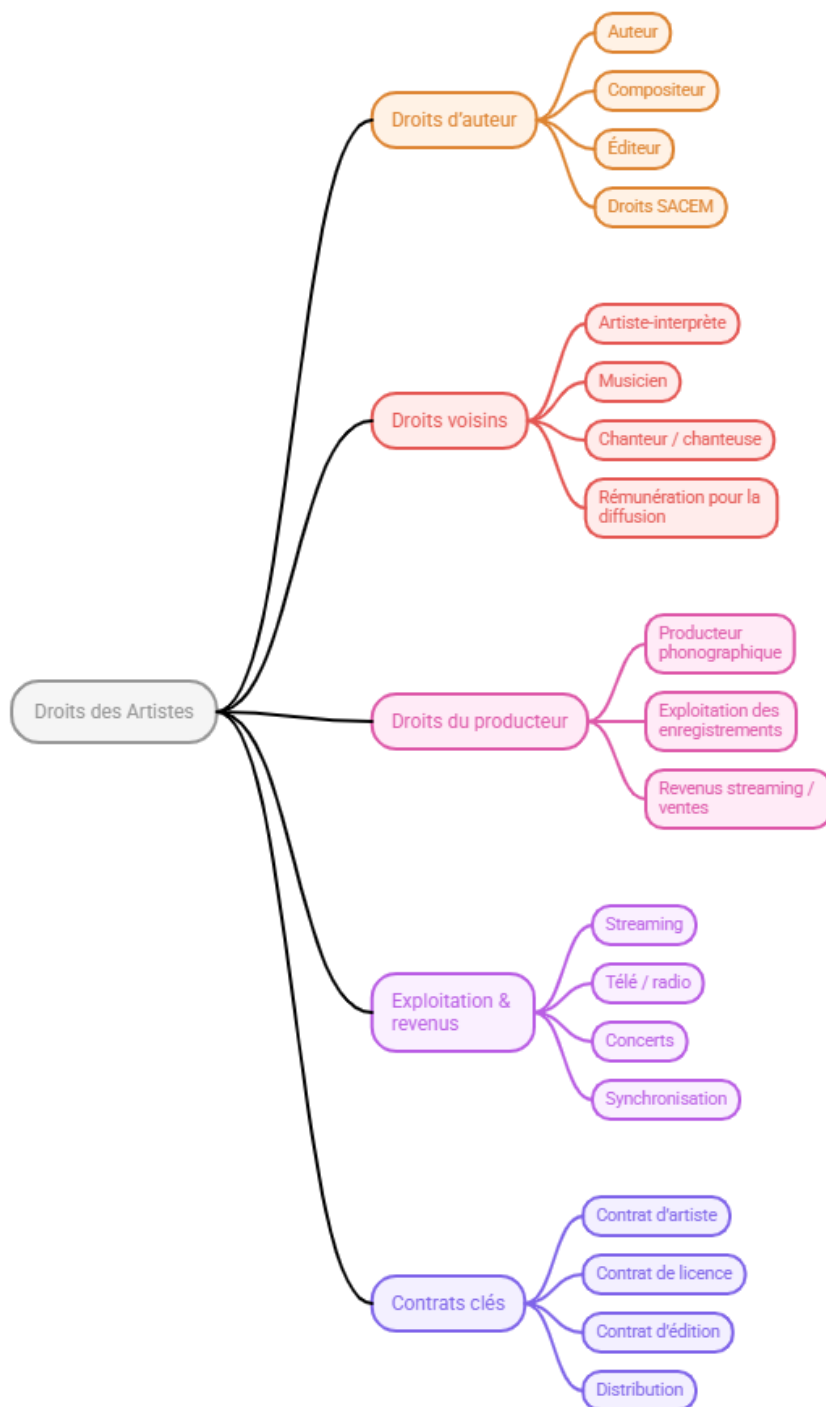
- * Participer aux événements et intégrer des réseaux spécialisés : salons, festivals professionnels, conventions et collectifs d'artistes sont des leviers puissants pour rencontrer des professionnels, créer des collaborations et gagner en visibilité.
- * Utiliser LinkedIn comme outil stratégique professionnel : plus qu'un réseau de fans, LinkedIn aide à développer des partenariats, à trouver des opportunités et à valoriser son projet artistique comme une activité entrepreneuriale, avec un profil clair, cohérent et orienté collaboration.

PARTIE 6 – Cadre juridique et opportunités professionnelles

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1 - Gestion juridique et droits d'auteur

Image 4 – Droits des artistes dans le music business



COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Le droit des artistes ne doit pas être pris à la légère dans la musique parce qu'il protège à la fois la création et la rémunération. Sans cadre juridique solide, un artiste peut perdre le contrôle de son œuvre ou ne jamais être payé pour son travail.

1.1 - Dépôt et protection des œuvres

Pour protéger tes créations musicales, te prémunir contre le plagiat et faire valoir tes droits d'auteur le cas échéant, il existe différentes solutions.

Le droit d'auteur est un ensemble de règles juridiques qui protègent les créations de l'esprit. En d'autres termes, il s'agit du droit que détient une personne sur une œuvre qu'elle a créée.

En France, le droit d'auteur comprend deux volets :

1. Les droits moraux : ils sont inaliénables, imprescriptibles et perpétuels ; c'est-à-dire que l'auteur ne peut pas les céder et qu'ils durent même après sa mort (transmis à ses héritiers). L'auteur peut ainsi revendiquer la paternité de l'œuvre (droit d'être reconnu comme l'auteur), s'opposer à toute modification ou dénaturation de l'œuvre (respect de l'intégrité), décider quand et comment l'œuvre sera divulguée, retirer l'œuvre au public dans certains cas.

2. Les droits patrimoniaux : l'auteur (ou à ses ayants droit) peut tirer un revenu de son œuvre. Cela inclut le droit de reproduction (copier l'œuvre sur un support), le droit de représentation (diffuser l'œuvre en public, par exemple lors d'un concert ou à la télévision). Ces droits sont temporaires. En France, ils durent 70 ans après la mort de l'auteur. Ensuite, l'œuvre tombe dans le domaine public.

Le but de la protection de sa musique est de prouver l'antériorité de l'œuvre.

Pour se faire, tu peux protéger ta musique à l'INPI (Institut National de la Propriété Intellectuelle) avec l'enveloppe Soleau ou e-soleau en ligne.

Tu peux aussi faire un dépôt chez un officier ministériel (huissier, notaire). Le coût est assez onéreux.

Faire un dépôt à la Sacem est une solution pour laquelle opter, surtout si tu souhaites faire valoir tes droits si tes œuvres sont exploitées. Le droit d'entrée en tant que nouveau sociétaire est de 110 €. La Sacem a lancé Musicstart qui est une solution intéressante pour ceux qui ne sont pas sociétaires.

Il y a également le SNAC (Syndicat National des Auteurs Compositeurs). Il ne gère pas la répartition des droits issus de l'exploitation des œuvres, juste le dépôt. Tes œuvres sont protégées pour 5 ans et en cas de litige ils t'offrent une assistance juridique.

Tu peux « copyrighter » tes œuvres (par dépôt avec horodatage), en allant sur des sites comme [copyrightfrance](https://copyrightfrance.com), <https://e-dpo.com/fr/>

En fonction des offres, tu peux envoyer des fichiers .zip, des textes, des images.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

Enfin, tu peux t'envoyer une lettre recommandée avec accusé de réception, contenant tes œuvres sur un CD, une clé USB. Ne pas l'ouvrir sauf en cas de litige devant un tribunal.

1.2 - Comprendre les contrats

Dans l'industrie musicale, plusieurs types de contrats peuvent lier les différents acteurs (artistes, producteurs, éditeurs, labels, ...).

En ce qui concerne les contrats liés à l'artiste/interprète, on peut distinguer :

- Le contrat d'artiste : l'artiste signe avec un label ou une maison de disque qui finance, produit, distribue et promeut un album ou des titres. En échange, le label détient généralement les droits d'exploitation de l'enregistrement. L'artiste perçoit des royalties (un pourcentage sur les ventes/streams).
- Dans le contrat de licence, l'artiste (ou son producteur) reste propriétaire du master (enregistrement), mais accorde au label une licence d'exploitation pour une durée et un territoire donné.
- Le contrat de distribution s'applique lorsque l'artiste ou son label fait appel à un distributeur (physique ou digital) pour diffuser sa musique. Le distributeur prend une commission sur les ventes.
- Pour les contrats liés à la composition et à l'édition, on a le contrat d'édition : l'auteur-compositeur confie à un éditeur musical la gestion de ses œuvres (dépôt SACEM, placements, synchronisation...). L'éditeur perçoit une part des droits d'auteur, généralement 50 %.
- Dans un contrat de coédition, l'auteur garde une part des droits d'édition, partagée avec un ou plusieurs éditeurs.
- Dans un contrat de commande, un compositeur est payé pour créer une œuvre originale (musique de film, publicité, ...).

On distingue également les contrats de management, de booking ou encore de synchronisation.

- Dans un contrat de management, l'artiste engage un manager pour gérer sa carrière. Ce dernier touche une commission (souvent 15 à 20 % des revenus bruts de l'artiste).
- Dans un contrat de booking, le tourneur s'occupe de trouver des concerts et de négocier les cachets. Il touche des commissions sur les dates (entre 10 et 15%).
- Un contrat de synchronisation est signé quand une œuvre musicale est utilisée dans un film, une publicité, un jeu vidéo,

Avant de signer quoique ce soit, je te conseille de lire le contrat en profondeur et si tu le peux, de faire appel à un avocat.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

1.3 - Gestion des royalties et des droits voisins

Les royalties sont des revenus générés par l'utilisation d'une œuvre musicale. Chaque fois qu'une chanson est diffusée, vendue, streamée, utilisée dans un film ou une publicité, des droits sont générés et reversés à ses ayants droit.

Il existe plusieurs types de redevances, notamment sur les ventes numériques, sur les ventes physiques. On distingue également les redevances mécaniques, les redevances d'exécution, les redevances sur les droits voisins, les droits de licence de synchronisation.

La majorité des revenus numériques est issue des redevances de streaming et des redevances de téléchargement.

Les redevances mécaniques sont octroyées aux auteurs, compositeurs et éditeurs. Ils sont distribués par les organismes de gestion collective (Sacem par exemple). Chaque fois que la chanson est reproduite sur un support (vinyle par exemple), la chanson génère des droits.

Les redevances d'exécution (publique) sont octroyées lorsque ta musique est jouée en public (concerts, festivals).

Les droits voisins sont des droits qui complètent le droit d'auteur. Ils concernent les artistes interprètes (chanteurs, musiciens, comédiens...), les producteurs de phonogrammes (labels, maisons de disques) et parfois les organismes de radiodiffusion. Ils protègent la prestation des artistes et l'investissement des producteurs, mais ne concernent pas la création de l'œuvre en elle-même (qui relève du droit d'auteur).

Ils sont déclenchés chaque fois qu'un enregistrement est utilisé (diffusion à la radio, TV, diffusion en public - bars, clubs, magasins... -, vente de disques, téléchargement, reproduction sur support physique ou numérique).

En France, les droits voisins sont collectés par l'Adami et la Spedidam pour les solistes et musiciens d'accompagnement, et par la SCPP et la SPPF pour les producteurs phonographiques.

Les royalties de synchronisation, c'est ce que tu perçois quand ton morceau est utilisé dans un film, une pub, une série, un jeu vidéo,

Avant de collaborer avec des partenaires, sois attentif aux contrats que tu signes pour connaître ton pourcentage de royalties, tes obligations, ta durée d'engagement,

Maintenant que tu en sais un peu plus sur le volet juridique, on va aborder brièvement le sujet des placements et des opportunités disponibles pour un artiste.

À RETENIR :

- * Protéger ses œuvres pour prouver son antériorité : le droit d'auteur protège automatiquement une création, mais il convient de déposer ses œuvres (SACEM, enveloppe Soleau, ...) afin de pouvoir prouver leur date de création en cas de litige.
- * Comprendre les contrats avant de s'engager : contrat d'artiste, licence, distribution, édition, management, booking ou synchronisation impliquent des droits, des commissions et des durées d'engagement différentes ; lire attentivement et, si possible, de se faire accompagner par un professionnel.
- * Maîtriser les royalties et droits voisins : chaque diffusion (streaming, radio, concert, synchronisation...) génère des revenus répartis entre auteurs, compositeurs, interprètes et producteurs ; s'inscrire aux organismes compétents (SACEM, ADAMI, SPEDIDAM, SCPP, SPPF) est crucial pour percevoir l'ensemble de ses droits.

2 - Placement et opportunités dans l'industrie

Les personnes qui choisissent les morceaux pour illustrer les films, séries et publicités s'appellent des superviseurs musicaux (ou music supervisor). Leur rôle : trouver LA chanson qui collera parfaitement à une scène, une ambiance ou un message.

En regardant le générique de fin d'un film ou d'une série sur Netflix ou Prime Video, tu y trouveras souvent le nom du superviseur musical. Une recherche Google ou LinkedIn peut t'aider à trouver ses coordonnées afin de le contacter.

Si tu ne veux pas démarcher toi-même, tu peux déléguer cette mission à un éditeur musical. En plus de gérer les droits d'auteur, son rôle est aussi de « pitcher » tes œuvres auprès des agences, des producteurs, des réalisateurs et des superviseurs musicaux.

Un bon éditeur est bien connecté et connaît les besoins des professionnels de l'image. Il pourra placer ta musique sur des projets auxquels tu n'aurais jamais eu accès seul.

Tu peux également placer tes œuvres dans des bibliothèques musicales. Il existe des plateformes spécialisées comme Artlist, Epidemic sound, Cézame ou encore BAM music.

Les bibliothèques musicales sont des plateformes où les professionnels viennent choisir des musiques déjà prêtes pour l'image. Ces plateformes recherchent souvent des musiques bien produites.

Si tu as l'âme d'un commercial, contacter des sociétés de production audiovisuelle, des agences de publicité, est une approche que tu peux envisager pour entrer en contact avec des personnes intéressantes et faire connaître ta musique.

Un autre moyen est de nouer des relations avec des étudiants en cinéma ou des réalisateurs émergents. Ils ont peu de budget, mais beaucoup de motivation, et sont souvent ouverts à utiliser de la musique originale.

Pour te faire connaître, pourquoi ne pas proposer ta musique à des artistes en développement, si tu n'as pas la volonté d'être sur le devant de la scène. Au démarrage, commence par un titre et si cela fonctionne bien, cela peut ouvrir la porte à d'autres projets et à une relation sur du long terme.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

CONCLUSION

Alors que l'on arrive à la fin de ce guide, je tiens à t'exprimer ma gratitude pour avoir consacré ton temps et ton enthousiasme à ce voyage sur des thématiques qui peuvent t'aider à développer ton projet. J'espère que tu auras appris des choses et que tu les mettras en pratique.

La musique est une aventure personnelle et créative, puis elle devient collective et intemporelle.

Chaque chanson que tu crées est une partie de toi-même avant qu'elle ne devienne celle des autres.

Qu'elle soit destinée à raconter une histoire, à exprimer des émotions, ou à simplement faire danser, ta musique a une valeur inestimable.

Peu importe où te mène ta musique, que cela soit devant un public enthousiaste ou dans l'intimité de ton studio ou de ta chambre, continue de créer avec passion et détermination.

Si tu souhaites que je te coache dans le développement de ton projet musical, tu peux prendre rendez-vous dans mon agenda en cliquant sur le lien suivant :

https://calendly.com/julie_r/1h

Le premier rendez-vous est gratuit (1h) : audit de ta situation, stade d'avancement du projet, analyse des points de blocage, recommandations.

Belle aventure à toi !

Musicalement,

Julie

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

REMERCIEMENTS & DÉDICACES

Je tiens à remercier tous ceux qui m'ont soutenu et me soutiennent dans mes projets ; plus particulièrement mon frère et ma sœur, qui s'expriment peu mais qui sont toujours là à mes côtés.

Merci à mes parents, mes mentors et à tous ceux qui sont entrés et sont sortis du train de ma vie. Ils ont contribué de près ou de loin à façonner la personne que je suis aujourd'hui.

Merci à celles et ceux qui m'ont donné de précieux conseils pour mener à bien ma mission de vie, étroitement liée à la musique.

Merci à celles et ceux qui ont relu ce guide.

Je dédicace ce guide à mes neveux, qui malgré leur jeune âge, ont déjà un goût avéré pour la musique, ce qui me ravie fortement.

COMMENT DÉVELOPPER SON PROJET MUSICAL QUAND ON DÉBUTE DANS LA MUSIQUE OU QUE L'ON SE RECONVERTIT DANS CE SECTEUR ?

MENTIONS LÉGALES

Article L-122-4

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite.

Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque.

Le code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit, est illicite et constitue une contrefaçon, aux termes des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

©2026 – JHR Prod & Consulting

Tous droits réservés

<https://jhr-prod.com/>

CLAUSE DE RESPONSABILITÉ

Les informations contenues dans cet ebook sont fournies à titre informatif. L'auteure ne peut être tenue responsable des décisions ou actions prises par le lecteur à partir de ces informations.