

# PARCOURS MUSIQUES ACTUELLES

CYCLES DE SESSIONS  
D'INFORMATION  
& WORKSHOPS

ASSOCIATIONS  
& DIFFUSEURS

ARTISTES  
& GROUPES

LABELS



## **PRÉSENTATION**

*musiquesactuelles.net* propose trois parcours à destination de l'ensemble des acteurs des musiques actuelles :

**ASSOCIATIONS & DIFFUSEURS**

**ARTISTES & GROUPES**

**LABELS**

Chaque parcours se décline en sessions collectives d'information et en workshops qui abordent les trois thématiques selon une progression logique, permettant ainsi à tout porteur de projet ou artiste d'intégrer les parcours au moment qui leur semble opportun.

Alors que les sessions collectives d'information traitent les sujets dans leur globalité, les workshops (en petit groupe) permettent d'aborder des points plus techniques et nécessitent donc un prérequis et concernent des projets déjà avancés.

## SESSION

# LA FILIÈRE MUSIQUES ACTUELLES ET LES MÉTIERS DE LA MUSIQUE

Pour développer une activité dans les musiques actuelles, il est nécessaire de bien connaître l'environnement professionnel et les enjeux de ce secteur en perpétuelle évolution, d'identifier ses acteurs et sa structuration. Autour de l'activité d'un groupe et de sa pratique musicale (écriture de répertoire, perfectionnement technique, représentation scénique, etc.) évoluent de nombreux acteurs, bénévoles ou professionnels, qui occupent des fonctions différentes. Mais qui fait quoi ? Comment s'y retrouver et quelles fonctions prioriser ?

La session propose un passage en revue de la filière "musiques actuelles" et de ses acteurs, pour permettre à chacun de se situer, entre secteur associatif & industrie musicale, intérêt général & activité commerciale, groupes amateurs & groupes professionnels...

**Remarque** : *cette session peut englober l'ensemble des esthétiques musicales, mais également se focaliser sur des esthétiques particulières : musiques du monde, musiques électroniques, hip hop, jazz et musiques improvisées, pop rock, chanson, ...*

**Points abordés** : environnement professionnel, enjeux du secteur des Musiques Actuelles, politiques culturelles, parcours type d'un groupe, structuration, accompagnement, métiers de la musique de la scène au disque : manager, tourneur, attaché de presse, producteur, organisateur, diffuseur, label, éditeur, distributeur, etc.

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

# WORKSHOP

## INITIATION A WORDPRESS

Connu pour sa plateforme de blog, WordPress est devenu un CMS à part entière permettant de créer et gérer facilement des sites Web. Vous apprendrez à installer, configurer et administrer WordPress. Vous construirez un site et en gèrerez le contenu et l'habillage. Vous découvrirez enfin les principales extensions utiles à un groupe ou une association.

**Points abordés** : différents types (forum, vitrine, e-commerce , blog), choix d'un hébergement et un nom de domaine, principes de la conception (pour qui ? pour quoi ?), fonctionnalités de base de WordPress, découverte du tableau de bord, installation de WordPress sur serveur distant, configuration correcte WordPress, écriture et la publication de son premier article, catégories, gestion des médias (images, vidéos), création d'une galerie d'images, gestion des utilisateurs, gestion des commentaires, ajout d'extensions (plugins), découverte des meilleurs plugins, mise en place d'un thème WordPress, ajouter des plugins, formulaires, cartes google maps, sons, vidéo

**Public** : artistes et responsables de structure.

**Prérequis** : aucun .

**Durée** : 3 heures .

**Effectif** : 10 stagiaires au maximum.

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur et d'une connexion internet (wi-fi de très bonne qualité accepté)

*dans les mêmes conditions que ci-dessus*

## RÉFÉRENCER ET SÉCURISER SON SITE INTERNET SOUS WORDPRESS

**Points abordés** : éléments indispensables à un bon référencement, les « mots clés » , impact à l'arborescence, amélioration la popularité de votre site Internet, leviers de trafic , astuces, conseils et ce qu'il faut éviter, optimisation & SEO WordPress, sécurité d'un site internet.

**Prérequis** : avoir des notions de Wordpress, avoir un site en ligne ou en construction

# PARCOURS MUSIQUES ACTUELLES

CYCLES DE SESSIONS  
D'INFORMATION A DESTINATION  
DES ARTISTES & STRUCTURES

# GROUPES & ARTISTES



## SESSION

### QUEL STATUT POUR MON PROJET MUSICAL ?

Qu'il soit amateur ou professionnel, auteur, compositeur ou interprète, l'artiste musicien bénéficie de plusieurs modes de rémunération et de multiples sources de revenus. Le développement du projet artistique, son accueil auprès du public et des professionnels, laissent entrevoir la possibilité de se professionnaliser et posent la question de la structuration du projet, ainsi que celle du statut des personnes qui le composent. Il en est de même pour les structures qui encadrent les artistes, les développeurs d'artistes (labels, producteurs tourneurs), qui doivent également se structurer en cohérence avec les objectifs qu'ils poursuivent (association vs sociétés commerciales, etc.). Cette session propose d'identifier les différentes sources de revenus des musiciens et les logiques de professionnalisation à l'œuvre dans les musiques actuelles. Les cadres juridiques et entrepreneuriaux seront également étudiés selon les différentes situations ou besoins, afin de dresser un panorama des possibilités de structuration existantes..

**Points abordés** : adhésion aux sociétés d'auteurs ou d'interprètes (droits d'auteurs et droits voisins), salariat et intermittence du spectacle, revenu commerciaux et royautés, création de structures, autoproduction et création d'association ou d'entreprises/sociétés commerciales, signature chez un producteur tourneur ou un label, etc..

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant.

**Prérequis** : aucun .

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

# **LA MUSIQUE LIVE : CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE, LES CONTRATS UTILISÉS**

Les logiques de développement des groupes peuvent être différentes : amateurs vs professionnels, volonté de se rémunérer, .... Dans tous les cas, développer une activité dans les musiques actuelles suppose de s'inscrire dans un cadre juridique et réglementaire relativement complexe (de la législation aux contrats utilisés). Cette session vous propose d'appréhender le cadre juridique des musiques actuelles pour identifier les obligations et points de vigilances à respecter, et mettre en cohérence le cadre de développement de son projet avec les règles en vigueur.

**Points abordés** : cadre juridique et réglementaire, frontière amateur vs professionnel, licence entrepreneur de spectacle, contrat du spectacle, salariat et intermittence, droits d'auteurs et droits voisins, etc.

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## SESSION & WORKSHOP

### BOOKING : MONTER UNE TOURNÉE

Avec le disque, la tournée est un des moments forts dans la vie d'un groupe : monter une tournée est une étape essentielle pour le développement d'un projet musical. Mais sans un tourneur, cela peut s'apparenter à la quête du Graal. Pour autant, les groupes en développement doivent se prendre en main avant de pouvoir prétendre à rejoindre le catalogue d'un tourneur. Cette démarche requiert stratégie, outils, préparation, compréhension du milieu et de ses acteurs. Il convient d'apprendre à définir son projet artistique, à identifier son public, à rechercher les diffuseurs clés, à maîtriser les méthodes et les techniques les mieux adaptées au placement de concerts, auprès de diffuseurs, à construire une stratégie de développement et de diffusion cohérente (en lien notamment avec l'actualité discographique), d'y adapter sa stratégie de communication. Comment démarcher ? Comment construire son fichier et sa base de données diffuseurs ? Quels sont les réseaux existants ?

**Points abordés** : les outils du booking (présentation, argumentation, kit promo, mailings...), stratégie de développement (selon la temporalité, la notoriété du projet, le style, etc.), ciblage des recherches (typologies de lieux, interlocuteurs, événements, réseaux...)

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

### SESSION

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

### WORKSHOP

**Durée** : 7 heures .

**Effectif** : 10 stagiaires au maximum .

**Prérequis** : avoir une première expérience de booking. Être dans une démarche de monter une tournée à court ou moyen terme.

## SESSION

# LES OUTILS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

Dans ce monde de communication, il va falloir réussir à affirmer son identité artistique, à promouvoir son projet pour le rendre visible et le faire sortir du lot, à créer de l'actualité régulière afin de développer une communauté de fans et de favoriser la diffusion de ses concerts et de sa musique. Site Web, réseaux sociaux, newsletters, image, vidéo... les outils sont aujourd'hui facilement accessibles mais sont nombreux et en permanente évolution. Communiquer sur le web requiert méthodologie et compréhension de certains fondamentaux. Comment construire un « eco-système » de communication numérique efficace et fonctionnel ? Les outils ne manquent pas, il faut bien les appréhender afin de les utiliser à bon escient.

**Points abordés** : principe de base et outils de base de la communication (numérique : site internet / newsletter / réseaux sociaux ; print : flyers, affiches, encart pub), matériel promotionnel & artistique (bio, photos, teaser, clip, player audio, dates de concerts, dossier de présentation et dossier de presse, relations presse et médias (communiqués de presse, chroniques, plan promo, etc)..

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

# SESSION & WORKSHOP

## RÉDIGER UNE BIOGRAPHIE

Comment bien rédiger sa biographie d'artiste ?

Dès lors que les musiciens, qu'ils soient en solo ou en groupes, cherchent à se professionnaliser, ils se voient régulièrement réclamer un dossier de presse par les médias ou les professionnels du spectacle. Outil indispensable de communication, il permet aux personnes extérieures de mieux comprendre le projet musical derrière chaque artiste.

Pièce phare du dossier de presse, la biographie a toute son importance. Claire, concise et attrayante, elle est la vitrine de l'artiste auprès des médias et promoteurs. A l'occasion de cet atelier, apprenez à écrire votre biographie et ainsi amorcer la constitution d'un vrai dossier de presse pour votre formation musicale.

**Points abordés** : rédaction d'une biographie, constitution d'un dossier de presse

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

### SESSION

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

### WORKSHOP

**Durée** : 7 heures .

**Effectif** : 10 stagiaires au maximum .

**Prérequis** : être dans une démarche de constituer un dossier de presse afin de démarcher des salles de concerts et/ou des labels, de postuler à des tremplins et concours.

## SESSION

### MUSIQUES ET RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Bandcamp... Les outils à disposition des artistes pour exister en ligne, trouver son public et constituer sa fanbase sont nombreux. Et il est facile de se perdre dans la jungle des plateformes, des offres de startups, et tomber dans l'obsession de la recherche du like et du follower à tout prix. Au point de perdre de vue l'essentiel : l'artiste est avant tout un créateur, pas un marketeur. À l'occasion de cette session d'information "le numérique et la musique", petit tour d'horizon de ce qu'il faut savoir pour être efficace et ne pas y passer trop de temps.

**Points abordés** : musiques et réseaux sociaux

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur et d'une connexion internet (wi-fi de bonne qualité accepté)

## SESSION

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

## WORKSHOP

**Durée** : 7 heures .

**Effectif** : 10 stagiaires au maximum .

**Prérequis** : être dans une démarche de mise en place d'une stratégie de communication pour la sortie d'un disque ou d'une vidéo, de montage de tournée

## SESSION

# LES OUTILS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

Dans ce monde de communication, il va falloir réussir à affirmer son identité artistique, à promouvoir son projet pour le rendre visible et le faire sortir du lot, à créer de l'actualité régulière afin de développer une communauté de fans et de favoriser la diffusion de ses concerts et de sa musique. Site Web, réseaux sociaux, newsletters, image, vidéo... les outils sont aujourd'hui facilement accessibles mais sont nombreux et en permanente évolution. Communiquer sur le web requiert méthodologie et compréhension de certains fondamentaux. Comment construire un « eco-système » de communication numérique efficace et fonctionnel ? Les outils ne manquent pas, il faut bien les appréhender afin de les utiliser à bon escient.

**Points abordés** : principe de base et outils de base de la communication (numérique : site internet / newsletter / réseaux sociaux ; print : flyers, affiches, encart pub), matériel promotionnel & artistique (bio, photos, teaser, clip, player audio, dates de concerts, dossier de présentation et dossier de presse, relations presse et médias (communiqués de presse, chroniques, plan promo, etc)..

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

### **RÉDIGER SA FICHE TECHNIQUE**

Pour un groupe, rédiger sa fiche technique est souvent un casse-tête. Pour se faciliter la vie, il est courant de faire appel à un technicien son qui y fera figurer ses envies les plus folles: un système de diffusion pour sonoriser un Zénith, des micros dignes des plus grands studios et une console numérique dernier cri à 64 entrées.

Cette session vous donnera les clés nécessaires pour réaliser votre fiche technique vous-mêmes afin de coller au maximum à vos véritables besoins en fonction du lieu qui vous accueille

**Points abordés** : choix des micros, patch, plan de scène

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

# PARCOURS MUSIQUES ACTUELLES

CYCLES DE SESSIONS  
D'INFORMATION A DESTINATION  
DES ARTISTES & STRUCTURES

# LABELS



## **SESSION**

# **LA FILIÈRE DISQUE : ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL, ACTEURS DE LA FILIÈRE ET LOGIQUES DE PRODUCTION**

L'enregistrement d'un album s'est aujourd'hui largement démocratisé : réduction des coûts liés à l'enregistrement (home-studio, etc.), réduction des coûts liés au pressage, distribution numérique accessible, etc. Pour autant, certains postes de dépenses sont à ne pas négliger. Comment construire le budget de son projet d'enregistrement phonographique ? Que prennent en charge les labels ?

L'enregistrement phonographique et le disque sont peu soutenus par les collectivités locales. Mais des financements existent auprès des organismes de la filière de la musique enregistrée : sociétés civiles d'auteurs, de producteurs et d'interprètes, organismes professionnels. L'objectif de cette session est d'identifier les dispositifs de soutien existant et leurs critères d'éligibilités.

**Points abordés** : projet d'enregistrement et budgétisation, panorama des aides aux disques existantes, critères d'accès, logiques et modalités d'interventions etc.

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

# **DROITS D'AUTEURS ET DROITS VOISINS : COMMENT OPTIMISER SES DROITS**

L'artiste musicien (ou le groupe) est souvent auteur compositeur interprète ; les droits d'auteurs et les droits voisins sont des sources de revenus à ne pas négliger, qui peuvent se cumuler avec les revenus de la scène. Cette session d'information a pour but de faire le point sur la question des droits d'auteurs et des droits voisins, la protection des œuvres et les modalités d'adhésions, le rôle de la SACEM et de l'ADAMI/SPEDIDAM dans la collecte et la redistribution des droits, le dépôt des œuvres et la déclaration des exploitations qui en sont faites, afin d'optimiser la perception des droits afférents. Quels sont les principes fondamentaux de la protection des œuvres par le droit d'auteur ? Quel est le rôle des Sociétés de Perception et de Répartition des Droits (SPRD) ? Comment et à quel moment devenir membre d'une SPRD ? Comment protéger ses morceaux ? Quelles sont les modalités d'inscription ? Comment s'assurer de la bonne gestion et perception de ses droits ?

**Points abordés** : auteurs, compositeurs, interprètes, droits d'auteurs, droits voisins, SACEM, ADAMI, SPEDIDAM, adhésion SPRD, gestion des droits, dépôt des œuvres, programme des œuvres diffusées, relevés de droits, etc.

**Public** : artistes et groupes de musique, acteurs du secteur des musiques actuelles et du développement d'artistes, étudiants en musicologie ou métiers du spectacle vivant .

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

# **CRÉER UNE BOUTIQUE EN LIGNE POUR SON GROUPE ET SON LABEL**

A l'heure de la dématérialisation de la musique, monétiser sa musique sur les différentes plateformes est monnaie courante et facile à mettre en place.

Toutefois, les revenus générés par ces plateformes restent faibles.

En concert ou en ligne, le merchandising est devenu une source de revenu non négligeable pour les artistes et les labels.

Il vous sera proposée de faire un tour d'horizon des différents moyens de vendre physiquement ses disques et autres produits (t-shirt, totebag, goodies, ...) en ligne via son site internet (wordpress, prestashop, ...) des plateformes (Bandcamp, Bircartel, Discogs, CD1D ...).

Quels en sont les avantages et les inconvénients ?

Faut il multiplier les e-boutiques ?

**Points abordés** : plateformes «clef en main», sites propres

**Public** : artistes et responsables de structure

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur et d'une connection internet (wi-fi de très bonne qualité accepté)

## WORKSHOP

# SORTIE D'ALBUM : RELATION PRESSE ET MÉDIAS

La sortie d'un album ou d'un EP est un moment clé dans le développement d'un groupe et représente un aboutissement pour toute formation musicale. Sortir un disque, c'est bien, mais bien préparer sa sortie, c'est encore mieux ! Alors que des albums sortent tous les jours aux quatre coins du monde, l'objectif est de valoriser son album par une démarche de promotion auprès des médias. Comment les approcher, les contacter, les intéresser et les amener à parler de votre album ? C'est là qu'interviennent les attaché(e)s de presse. Comment construire sa stratégie Presse ? Quel rôle joue l'attachée de presse ?

**Points abordés** : stratégie de sortie d'album et promotion, les différents médias (presse écrite, web, radios, TV, etc.), le métier de l'attaché presse, les outils pour démarcher, promotion et marketing, la revue de presse, etc.

**Public** : artistes et groupes de musique, développeurs d'artistes, labels

**Prérequis** : avoir une première expérience avec les outils élémentaires de communication et de promotion . Avoir un projet de sortie de disque à courte ou moyenne échéance .

**Durée** : 3 x 3 heures, les séances étant espacées de 2 à 4 semaines.

**Effectif** : 10 stagiaires maximum .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## WORKSHOP

### L'ÉDITION MUSICALE : UN LABEL DOIT-IL ÉGALEMENT DEVENIR ÉDITEUR ?

Depuis plusieurs années, notamment suite à la chute des rémunérations tirées de la vente de musique (physique ou digitale), l'édition musicale semble être un des derniers bastions économique de l'industrie musicale. Ainsi, le montant des droits perçus par la Sacem (hors droits graphiques et de synchro) qui rémunèrent les auteurs compositeurs et les éditeurs, en France, est supérieur au chiffre d'affaires cumulé des maisons de disques (source IRMA). C'est un phénomène très récent et incitent les labels, à l'ère du 360° à s'orienter du côté de l'édition et à devenir éditeur des artistes qu'ils produisent. Comment devenir éditeur ? Quelles formalités accomplir ? Quelles fonctions doit-on alors remplir ? Les enjeux artistiques et économiques son bien réels mais attention à ne pas devenir une simple société d'édition, tiroir-caisse des droits d'auteurs, qui ne ferait pas le travail lié au métier d'éditeur...

**Points abordés :** métier d'éditeur, formalités liés à l'édition et adhésion à la SACEM en tant qu'éditeur, différence entre éditeur et société d'édition, etc.

**Public :** responsables de label

**Durée :** 3 heures .

**Effectif :** 10 stagiaires maximum .

**Moyens techniques :** une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## WORKSHOP

### PRODUIRE UN ALBUM : LES AIDES AUX DISQUES POUR LES LABELS

La production d'un album par un label ne s'improvise pas et suppose de bien identifier les coûts (production, promotion, etc.). Le label doit ensuite pouvoir identifier les ressources qui lui permettront de financer l'enregistrement : apports propres et éventuelles aides aux disques. Des financements sous forme d'aides et subventions existent auprès des organismes de la filière de la musique enregistrée : sociétés civiles d'auteurs, de producteurs et d'interprètes, organismes professionnels. Cependant, les possibilités de financement d'un projet discographique sont complexes à appréhender : les sociétés civiles et organismes professionnels n'ont pas les mêmes critères d'attribution, ni la même vision de ce que doit être un projet « à financer ». L'objectif de cette session est d'identifier les dispositifs de soutien existants, leurs critères d'éligibilités et les logiques de construction économique du projet.

**Points abordés** : projet d'enregistrement et budgétisation, apports économiques des labels, dossiers de subventions, logiques et modalités d'interventions etc.

**Public** : responsables de label

**Durée** : 3 heures .

**Prérequis** : avoir développé ou travailler pour un label .

**Effectif** : 10 stagiaires maximum .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

# PARCOURS MUSIQUES ACTUELLES

CYCLES DE SESSIONS  
D'INFORMATION A DESTINATION  
DES ARTISTES & STRUCTURES

# ASSOCIATIONS ET DIFFUSEURS



## **SESSION**

# **LA CRÉATION D'UNE STRUCTURE ADAPTÉE A SON ACTIVITÉ ET A SES BESOINS & SES OBJECTIFS**

Exercer une activité d'organisateur ou de producteur de spectacle suppose la création d'une structure juridique pour encadrer l'activité : la structuration est une étape nécessaire dans le développement du projet et pose la question du statut juridique. Les finalités et les conditions d'exercice de l'activité peuvent cependant être différentes d'un projet à l'autre : logique amateur ou professionnelle, volonté de rémunérer des artistes ou de se rémunérer soi-même, d'employer des intermittents, ... Le choix de la structure n'est pas anodin et suppose de bien questionner le projet afin de trouver le statut juridique adéquat. Par ailleurs, l'exercice d'une activité d'organisateur ou de producteur de spectacle suppose de prendre en compte un cadre réglementaire complexe, qui peut également être influencé par le choix de la structure juridique.

**Points abordés** : les différents statuts juridiques (association, société, auto-entreprise, autres formes de gestion d'activités : bureau de production, coopératives, etc.), réglementation de base du spectacle vivant : licence d'entrepreneur de spectacle, assurances, sécurité des publics, billetterie, etc.

**Public** : artistes et porteurs de projets

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

### **ADMINISTRATION & GESTION : LA BASE DES OBLIGATIONS**

Une fois sa structure créée, il va falloir l'administrer et la gérer au quotidien. Quelles sont les formalités et obligations principales ? Elles sont nombreuses : il va falloir mettre en place une organisation administrative ; ouvrir un compte bancaire ; assurer un suivi de trésorerie ou une comptabilité ; souscrire une assurance, établir des contrats et des factures, employer du personnel, rembourser des frais, réaliser des actes juridiques (assemblées générales), etc.

**Points abordés** : mise en place d'une organisation administrative et comptable, points clés du fonctionnement d'une structure et formalités juridiques, facturation, notes de frais, fiscalité (TVA), etc.

**Public** : responsable de structure

**Durée** : 2 heures .

**Prérequis** : aucun .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

# **ORGANISER UN ÉVÈNEMENT CULTUREL (CONCERT & FESTIVALS) : LES OBLIGATIONS ET AUTORISATIONS**

De nombreuses obligations existent en matière d'organisation d'un évènement, qu'il s'agisse d'un concert ou d'un festival. Entre les autorisations nécessaires pour l'organisation même de l'évènement, l'occupation de l'espace public, la mise en place d'une buvette, la sécurité des publics, la déclaration et le paiement des droits d'auteurs, cette session vise à aborder l'ensemble des obligations ou autorisations nécessaires pour organiser sa manifestation dans les règles de l'art.

**Points abordés** : autorisations diverses, débit de boissons occasionnel, affichage public, occupation de l'espace public, Etablissement Recevant du Public (ERP), sécurité et prévention, droits d'auteurs et SACEM, etc.

**Public** : responsable de structure

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

# **L'ACHAT DE SPECTACLE ET LA FONCTION D'EMPLOYEUR**

Organiser ou produire un spectacle, faire fonctionner sa structure se traduisent par la mise en place de relations contractuelles avec les équipes artistiques, les techniciens, le personnel nécessaire pour que la structure fonctionne, etc. Ces relations peuvent être encadrées par les contrats dits commerciaux (contrat d'achat/vente de spectacle) ou par le droit du travail. Cette session propose un tour d'horizon des contrats du spectacle et des aspects réglementaires liés à l'emploi de personnel.

**Points abordés** : contrats du spectacle (cession / coréalisation /coproduction), emploi de personnel, conventions collectives du spectacle vivant, contrats de travail, salaires et cotisations sociales, organismes sociaux, le GUSO, etc.

**Public** : responsables de structure

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

## **SESSION**

# **ACTIVITÉS PÉRIPHÉRIQUES ET ACTION CULTURELLE DANS LES MUSIQUES ACTUELLES**

L'activité musicale et le spectacle vivant sont vos activités principales : organisation de concerts, de soirées, d'un festival, etc. Les politiques culturelles offrent aujourd'hui une place grandissante à l'action culturelle, à la médiation culturelle et aux relations avec les publics et les territoires. De nombreuses possibilités existent pour développer des projets d'action culturelle, envisager de nouveaux partenariats et expérimenter de nouvelles pistes de création.

**Points abordés** : Les différents dispositifs d'action culturelle et d'intervention artistique (éducation artistique, culture et justice, culture et santé, politique de la ville, etc.), la transmission et la formation (workshop ou masterclass), les spectacles pluridisciplinaires (VJ'ing, théâtre, ciné, performances...), le statut et la rémunération de l'artiste intervenant, etc.

**Public** : artistes et responsables de structure

**Durée** : 2 heures .

**Effectif** : 10 à 30 stagiaires .

**Prérequis** : aucun .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur

# WORKSHOP

## CREER SA BOUTIQUE EN LIGNE SOUS WORDPRESS

Connu pour sa plateforme de blog, WordPress est devenu un CMS à part entière permettant de créer et gérer facilement des sites Web. Vous apprendrez à installer, configurer et administrer WordPress. Vous construirez un site et en gèrerez le contenu et l'habillage. Vous découvrirez enfin les principales extensions utiles à un groupe ou une association.

**Points abordés** : 3 problématiques du e-commerce, paramètres de WooCommerce, mise en route de votre boutique, produits variables (dimensions, formats, couleur, ...), produits physiques ou dématérialisés, livraison des produits physiques, extensions indispensables, thèmes spéciaux WooCommerce, sécurisation des paiements

**Public** : artistes et responsables de structure

**Durée** : 3 heures .

**Effectif** : 10 stagiaires au maximum..

**Prérequis** : avoir des notions de Wordpress, avoir un site en ligne ou en construction .

**Moyens techniques** : une salle équipée d'un vidéoprojecteur et d'une connexion internet (wi-fi de très bonne qualité accepté)

# PARCOURS MUSIQUES ACTUELLES

CYCLES DE SESSIONS  
D'INFORMATION  
& WORKSHOPS

ASSOCIATIONS  
& DIFFUSEURS

ARTISTES  
& GROUPES

LABELS

plateforme  
**MUSIQUES  
ACTUELLES**  
Grand Est association d'artistes et de diffuseurs

1A place des Orphelins  
67000 Strasbourg

Tél : 03 88 32 50 76

[www.gabbagabbahey.fr](http://www.gabbagabbahey.fr)  
[www.musiquesactuelles.net](http://www.musiquesactuelles.net)

*avec le soutien de*

