

Profession manager

Objectifs :

Comprendre le positionnement des différents partenaires de la filière musicale.
Identifier la nature de l'ensemble des liens contractuels.
Développer les méthodes fondamentales du management.
Mener une réflexion stratégique sur le développement d'un projet artistique.

Programme détaillé :

Positionner les partenaires et identifier le cadre juridique du management

Schématiser l'organisation générale du secteur : définitions, interrelations, droits, flux financiers.

Identifier les partenaires professionnels :

Les organismes professionnels, les programmes d'aides.

Identifier le cadre juridique de la représentation d'artiste.

Négocier un mandat de représentation.

Définir la nature de l'activité.

Respecter le cadre social

Réglementation et cadre social : l'environnement social de l'artiste, l'intermittence, les conventions collectives, les minimums syndicaux, la situation du manager.

Protéger ses œuvres et négocier avec des partenaires

La propriété intellectuelle : les droits, la gestion collective des droits, les sociétés civiles, l'adhésion aux sociétés de gestion collective.

La production : majors et indépendants, le marché, les relations contractuelles et les négociations.

L'édition musicale : rôle et fonction, les relations contractuelles et les négociations.

Le live

Les acteurs principaux de l'industrie du live

Les différentes modalités de diffusion d'un spectacle

Trouver un partenaire live

Comment faire le booking en direct ?

La communication

Les supports et outils de communication.

La communication digitale.

Le rôle de l'attaché de presse.

Création des éléments promo (choix des titres, bio, photo, press-book, goodies).

Carrière et stratégie

La relation à l'artiste.

Structuration de l'activité.

Définir et mettre en place sa stratégie (positionnement, cible, timing).

Pitcher son artiste.

Mises en situation.

Publics concernés : toute personne développant une relation professionnelle avec un ou plusieurs artistes afin de les aider à gérer et développer leur carrière artistique, artistes interprètes développant leur propre projet ou désirant mieux comprendre son environnement professionnel

Prérequis : avoir une expérience dans le domaine.

Durée : 5 jour(s) soit 35 heures

Coût : 500.00 net (pas de tva sur les formations)

Fréquence : environ trois fois par an

Effectif : maximum de 16 stagiaires

Formateurs : Jean-Michel Journet (Wookaï), Marie-Hélène Vignes (avocate), David Barat (agence de management, Bellevue Music), Aurélie Thuot (directrice Adone Productions), Alain Charriras (Adami), Emma Raynaud (programmatrice, coach, éditeur, Mercœur Music), Véronique Broyer (Lollypop communication), Lucas Poligne (Caramba spectacles).

Modalités d'évaluation : quizz, études de cas, mises en situation

Etude de satisfaction et d'impact : bilans à chaud et à froid

Attestation, certificat : Attestation d'assiduité

Modalités pédagogiques et moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéoprojections, documentation et supports papier

Ouvrage fourni avec la formation : Les Contrats de la musique - Pierre-Marie Bouvery (Editions CNM). // <https://boutique.cnm.fr/les-contrats-de-la-musique.html>

Informations complémentaires : Cours enrichi sur plateforme ENT.

Public en situation de handicap : Si vous êtes en situation de handicap et/ou que la formation nécessite des aménagements spécifiques, merci de le préciser dans le formulaire de préinscription dans la case concernée et/ou de vous manifester auprès de notre référent handicap par mail : formations@cnm.fr ou par téléphone au 01 83 75 26 00

Financement : dispositif de financement : <https://cnm.fr/dispositifs-et-financement-de-la-formation/>

Délai d'accès : selon liste d'attente, prévoir minimum un mois si demande de financement. Clôture des inscriptions 7 jours avant la date d'ouverture de la formation

Page web de la formation : <https://cnm.fr/formations/profession-manager-2/>

Date de dernière mise à jour de cette page : 10/05/2022.