

# Optimiser la distribution digitale d'un projet musical

3 jours 21,00 heures  
Programme de formation

## Public visé

Musiciens, compositeurs, managers, producteurs, responsables marketing, éditeurs

## Pré-requis

Avoir un intérêt pour la distribution digitale de la musique

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les tenants et aboutissants de la distribution digitale
- Savoir optimiser et gérer la distribution digitale d'un projet musical en fonction de sa nature

## Compétences développées

- Identifier le circuit de consommation et de distribution de la musique aujourd'hui
- Comprendre les principes et enjeux de la distribution digitale
- Connaître les différents acteurs de la distribution digitale
- Savoir élaborer et choisir sa distribution digitale en fonction de son produit
- Déterminer les éléments à fournir pour une sortie digitale
- Connaître les différents type de contrats
- Assimiler les notions fondamentales du droits d'auteurs et des droits voisins
- Connaître la spécificité et le rôle des sociétés de gestion des droits
- Comprendre et savoir analyser les revenus du streaming
- Utiliser les outils favorisant la visibilité de l'artiste sur les plateformes de streaming
- Utiliser les réseaux sociaux comme outils de promotion et marketing digital

## Description / Contenu

La distribution digitale : généralités

- Comment sommes-nous passés de la distribution physique de la musique au digital ?
- Situation du marché musical aujourd'hui
- Quels nouveaux comportements cela impliquent ?
- Par quels canaux de consommation et distribution peut-on vendre sa musique ?
- Streaming vs téléchargement

Les principaux fournisseurs de musique



- Rôles et définition d'un fournisseur de musique
- Présentation des principaux fournisseurs (Apple Music, Spotify, Amazon, Deezer...)

Les principales plates-formes de distribution

*Les agrégateurs et les distributeurs digitaux*

- Définition et business model d'un agrégateur
- Tableau comparatif des principaux agrégateurs (Tunecore, Cd Baby, musician ...)
- Définition et business model d'un distributeur
- Tableau comparatif des principaux agrégateurs (Believe Distribution, The Orchard...)

Plates-formes de distribution et contrats

*Avec lesquelles devez vous obligatoirement signer un contrat ?*

*Les points standards d'un contrat de distribution digitale :*

- Le principe du revenus share (partage des revenus)
- L'obligation d'un statut legal
- Le principe d'exclusivité de distribution
- Les points négociables : durée du contrat, territoires, pourcentage

*Les différences avec un contrat de licence*

La sortie digitale

*Créer sa sortie :*

*Une fois votre compte crée, vous accéderez à un tableau de bord qui va vous permettre :*

- De créer vos sorties
- D'accéder à votre catalogue
- D'accéder aux rapports de vente
- Autres options selon les fournisseurs (promotion, éditions, synchronisation...)

*Métadonnées et upload*

- Les formats audios acceptés
- Le visuel

*Les informations obligatoires*

- Liste détaillée des éléments et informations à fournir
- Le code ISRC (code-barre pour identifier vos enregistrements)

Les revenus

*Revenus et prix de vente pratiqués en moyenne suivant la nature du titre (Single, EP...)*

- Stratégies de prix selon vos objectifs

*La répartition distributeur/plateforme/artiste*

- Critères de rémunération
- La répartition
- Etats des lieux (Apple Music, Spotify, Deezer etc)...
- Rôle de la Sacem

Les rapports de vente

- Les différents tableaux de bord
- Critères de sélection et export des rapports
- historique des paiements
- Utilité des rapports de tendance quotidiens

La protection de vos droits

- Les droits d'auteurs
- Les droits voisins
- Rôles des principales sociétés de gestion des droits (Sacem, Adami,...)

- Les différents type de mandat standard
- Stratégie et développement artistiques

*Les outils-utilisateurs favorisant la visibilité de l'artiste (playlists, podcast..)*

*Les nouveaux outils et services mis à disposition de l'artiste*

- Leur utilité dans la stratégie de promotion et développement de l'artiste
- Présentation des principaux types de service proposés (Appleforartist, Spotifyforartist..)

*Les Analytics accessibles via le distributeur / agrégateur et leur interprétation*

- L'audience
- Les sources de vos streams
- Le genre et l'âge de vos auditeurs
- Les artistes similaires écoutés aussi par vos auditeurs
- Le classement des pays et des villes où vous êtes écouté

Ce qui est important pour attirer un label/ Maison de disque ?

*Les réseaux sociaux : outils de promotion et marketing digital*

Les réseaux sociaux, comme Facebook, Instagram, Twitter etc, sont devenus les nouveaux médias pour faire connaître sa musique. C'est pourquoi ces derniers ont développé des outils spécifiques aux artistes musicaux

- Facebook
- Instagram (groupe Facebook) :
- Twitter
- Snapchat

*Les nouvelles applications musicales*

- Tik Tok
- Triller
- Twitch (Amazon)

*Autre exemples de plateformes de marketing digital pour les artistes*

- Klox .fr
- Tradespotting
- Clipeee
- Groover
- Submithub

## Modalités pédagogiques

- Chaque matin, l'instructeur expose aux apprenants les points qui seront abordés dans la journée.
- La journée se déroule ensuite par une suite de présentations théoriques et techniques, suivies de l'application de la technique au moyens d'exercices en atelier pratique.
- En fin de journée, un récapitulatif des point abordés est effectué.
- A partir du 2ème jour, une session de questions/réponses sur les points vus la veille amorce la journée.

## Moyens et supports pédagogiques

- Chaque apprenant dispose d'un poste de travail équipé des logiciels nécessaires à la formation.

- Un support de cours synthétique imprimé est fourni à chaque stagiaire à l'issue de la formation.
- Des projets de référence sont analysés et décomposés.
- Chaque leçon comporte une partie théorique qui est immédiatement mise en application : l'enseignement étant basé sur de véritables exemples issus de situations professionnelles, les exercices permettent de pratiquer largement les techniques étudiées et de les situer dans le workflow de production.
- La partie Atelier de la formation permet de remettre en perspective toutes les connaissances acquises dans le contexte de réalisation d'un projet complet.

## Modalités d'évaluation et de suivi

- Une feuille de présence sera signée par chacun des stagiaires permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation.
- A l'issue de la formation, le formateur évalue le degré acquisitions des points définis dans les objectifs de la formation au moyen d'un questionnaire individuel.
- Les apprenants évaluent à chaud la formation en remplissant un questionnaire en ligne, transmis ensuite au formateur et discuté afin d'améliorer la formation si nécessaire.
- Un questionnaire d'évaluation à froid est envoyé 1 mois après la formation aux prenants afin de jauger l'impact de la formation sur leur quotidien en production.