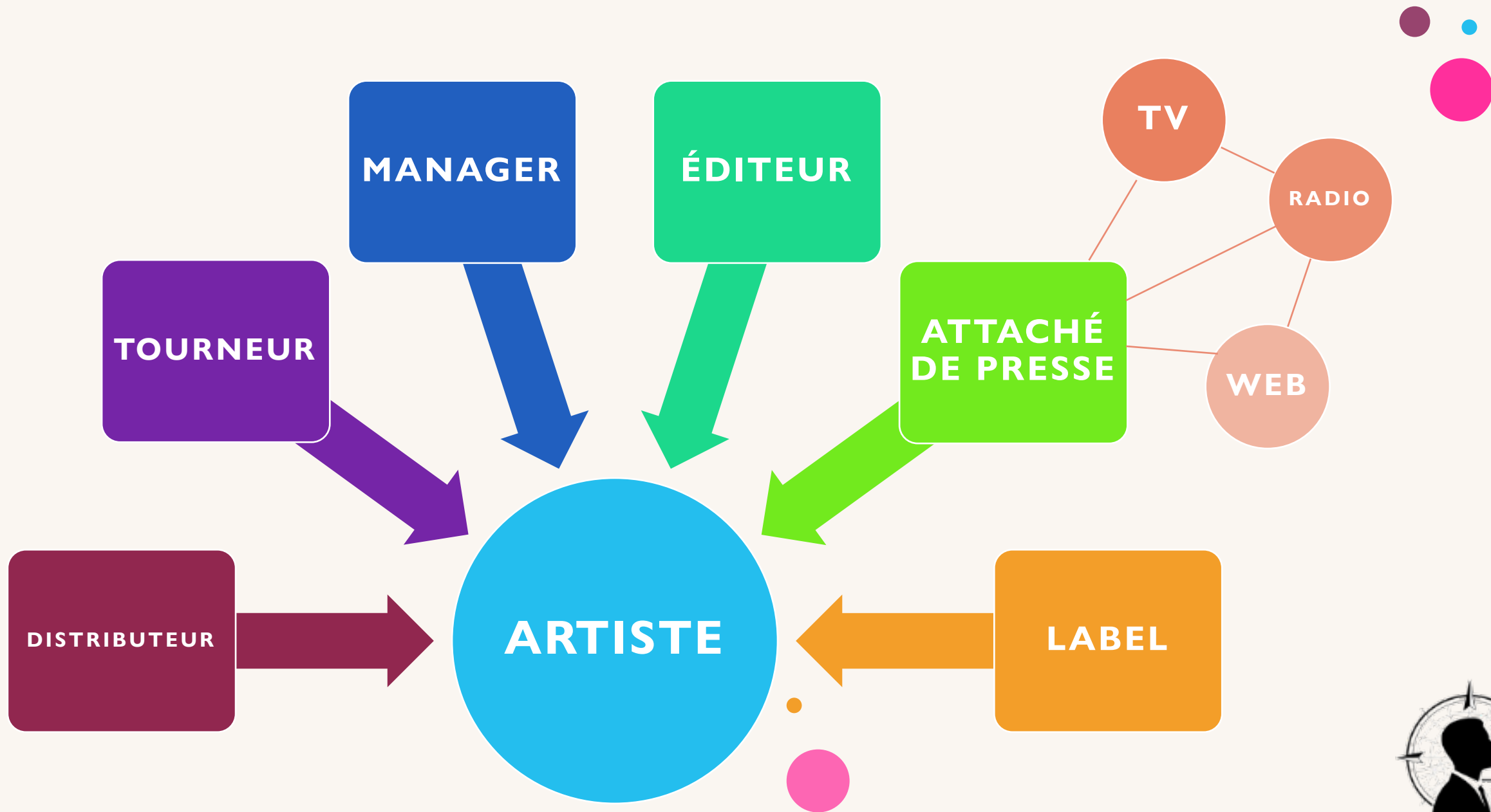


L'ECOSYTÈME DE L'ARTISTE : QUELS PARTENAIRES ?





Être accompagné dès le début de sa carrière par un label (contrat d'artiste/licence) ?

Ou choisir l'indépendance (contrat de distribution) ?

Signer un contrat avec un label, pourquoi pas. Mais pourquoi ne pas faire un bout du chemin en indépendant ?

En effet, envisager de travailler avec un label dans des conditions à votre avantage signifie que vous avez déjà votre musique ; qui doit bien sûr être de qualité professionnelle & singulière. Pour attirer les maisons de disques, il ne suffit pas du tout d'avoir un "profil prometteur". Il faut avoir réalisé des chansons originales, probablement déjà fait un certain buzz, avoir de l'expérience et une « fan base » car le label va constater votre popularité (sur les réseaux sociaux entre autres), et toutes les discussions et négociations qui suivront en tiendront compte. En résumé, il faut déjà avoir fait des concerts. Créer vos pages et buzz sur les réseaux sociaux. Créer votre site internet. Commencé à monétiser votre projet musical. En fait, il faut tout simplement se mettre à la place du label qui a pour objectif de vendre, pour comprendre qu'il faut qu'ils soient certains que vous puissiez devenir leur gagne-pain.

N'est-il pas plus stratégique alors de commencer, dans un premier temps, par avancer en indé, pour prendre du poids, en contrat de distribution ?

Cela signifie donc, avancer « petits pas, par petits pas », étapes après étapes, en choisissant progressivement ses partenaires. Mais dans quel ordre ?

Voici quelques partenaires qui croiseront votre chemin, et qui pourraient bien avoir quelques clés très spécifiques :

Trouver un manager permet de déléguer tout ce qui est "administratif", networking, et réflexions stratégiques ; et vous permet de vous concentrer sur la création musicale.

En effet, le manager est un intermédiaire entre vous, artiste et les autres professionnels de la musique (salles de concert, radios, producteurs, studios de musique, etc). Il vous donnera une certaine crédibilité. Aussi, il est chargé de vous conseiller et doit tout faire dans votre intérêt, sachant qu'il est rémunéré à la commission !

Cependant, cela signifie que vous n'allez pas démarcher vous-même les professionnels ; et que vous déléguez vos responsabilités et vos tâches. Aussi, le mieux pour vous, n'est-il pas de vous instruire par vous-même. Donc de vous investir à 100 % dans votre projet ? Non pas seulement sur la création même de votre musique, mais bien sur la totalité de votre projet. Ainsi, vous serez certain d'aller dans la direction que vous souhaitez et vous connaîtrez toutes les coulisses du projet musical, ce qui est essentiel pour mieux mûrir en tant qu'artiste.



Dans tous les cas, il faut être très avancé et avoir un projet très intéressant avant d'envisager de démarcher un producteur ou un label. D'ailleurs, c'est souvent quand ces derniers viendront vous démarcher que vous saurez si vous êtes prêts à signer un contrat avec eux. Aussi, même à ce moment-là, avoir un contrat avec un label ne garantit pas forcément votre succès. En effet, les labels signent avec beaucoup d'artistes, qui ne parviennent pas tous à réussir dans la musique.

Trouver un Editeur musical, permet de vous mettre un pied à l'étrier.

Le rôle de l' éditeur est de vous aider à composer, et à développer vos œuvres et votre univers musical... Il peut :

- Vous accorder une avance sur vos futurs revenus de droits d' auteur afin que vous puissiez vous consacrer pendant plusieurs mois à vos compositions.
- Faire de légers investissements matériels (micros, instruments, etc),
- Vous aider sur la collecte et la gestion de vos œuvres (signatures, dépôts)
- Synchroniser vos œuvres sur des publicités (TV, Radio, Cinéma etc)
- Vous mettre en relation avec d' autres artistes, qui ont signé chez ce même éditeur. Il est d' usage qu' une fois par an l' éditeur organise un « séminaire d' écriture » avec tous ses artistes.
- Vous mettre en relation avec ses contacts (attachés presse radio, photographe, réalisateurs de clips).

L' éditeur est un très bon allié au lancement d' une carrière.

Les éditeurs sont des indépendants ou des Labels. Il est donc tout à faire possible de signer en label uniquement sur cette partie « éditeur » et ainsi avancer par étape dans la signature.

Trouver un distributeur (en label ou en « self service » comme Tunecore, Distrokid etc), permet de sortir ses premiers morceaux sur l' ensemble des plateformes de streaming, tout en gardant le contrôle total sur votre revenus (entre 80% voir 100% avec les distributeurs en « self service » comme Tunecore par ex). Mais à vous ensuite d' en faire le marketing et le développement via les réseaux, la radio etc afin que vos titres soient découverts.

Trouver un Tourneur, permet de programmer une tournée de « lives », et de partir à la rencontre de ses fans. Une fois les premières chansons sorties, et en fonction du Buzz généré, choisir un tourneur permettra de solidifier votre « fanbase » online existante et ainsi continuer de tisser ce « momentum » que votre musique génère.

Trouver un bon attaché presse, radio, TV, Web.

L' attaché presse est la personne clé dans la promotion de vos œuvres. Il en existe autant que de supports (TV, Web, presse classique, radio etc). Ce sont ces professionnels qui iront présenter votre single aux différent médias, en développant un argumentaire nourri par les chiffres de votre projet (volume d' écoutes en streaming, nombre de ventes, Buzz réseaux etc)



Rester indépendant, c'est sortir de votre zone de confort pour prendre votre carrière en main

Ainsi, en étant indépendant, l'élément le plus important à retenir est que vous prenez toutes les choses en main, comme un entrepreneur.

Cependant, rester indépendant ne veut pas dire que vous allez prendre toutes vos décisions sans l'avis de professionnels. Si vous ne demandez pas conseil autour de vous, il devient vraiment très compliqué de s'améliorer. Se constituer la bonne équipe, petit à petit, et dans le bon ordre est donc la clé de votre réussite.

La solution idéale ?

Que feriez vous ? Mieux vaut-il confier ses droits à une seule structure (tel qu'un label) ? Ou à une somme de professionnels spécialisés pour chaque étape, qui vous rejoindront progressivement dans l'éclosion et le développement de votre projet ?

Votre parcours musical sera constitué de plusieurs étapes : la composition et la production de votre univers musical. La création de votre image via les photos, clips & vidéos sur les réseaux. La mise en place d' une tournée. La commercialisation de vos premières œuvres par l'intermédiaires du streaming. Le développement d' une « fanbase » etc.

Autant d' étapes par lesquelles il vous faudra obligatoirement passer pour que votre musique et votre identité musicale soient impeccables, et votre projet séduisant auprès des professionnels (managers, éditeurs, tourneurs, maison de disque, etc). Avancer seul sera plus long mais vous donnera plus de poids aux portes des maisons de disques pour passer la seconde.



Comment et par Où Commencer une Carrière d'Artiste dans la Musique ?

Stratégie, Vivre de sa Musique
MarketingMusical.fr
[...]

1. La musique passe avant tout le reste

Ne passez pas aux autres étapes trop vite. Si vous souhaitez avoir une carrière durable et cohérente, vous devez commencer par **produire une musique de qualité pro**.

Cela signifie que vous devez perfectionner votre art, composer, répéter, écrire sans cesse, jusqu'à obtenir un résultat à la hauteur de ce que l'on peut attendre d'un musicien professionnel (maîtrise, répertoire, présence scénique, etc.).

En effet, vous pouvez faire toutes les autres étapes avec perfection, si la musique n'est pas bonne, vos résultats seront du même niveau.

Bien entendu il s'agit de quelque chose de totalement subjectif, c'est pourquoi vous devriez **demandez un maximum de feedback autour de vous** ainsi qu'à des fans potentiels.

Une fois que votre son est prêt, puisque l'on va chercher à évoluer en indépendant, ma recommandation est de sortir un EP afin de tester votre marché, votre communauté et d'avoir quelque chose de concret à proposer par la suite.

Et pour cause, si vous n'avez absolument rien à vendre ou à offrir à ceux qui en veulent plus, vos efforts marketing seront vains.

Si c'est votre cas, alors **réfléchissez à votre première sortie avant d'aller plus loin**.

2. Définir votre image de marque

Parallèlement à la première étape, vous allez devoir chercher à **investir d'entrée de jeu dans votre branding**, un domaine que les musiciens négligent trop souvent en début de carrière.



Or, vos visuels, vos couleurs, votre message, votre histoire, les émotions que vous véhiculez et votre look en disent beaucoup à la fois aux pros et aux fans sur votre univers, mais également sur votre faculté à prendre du recul vis-à-vis de votre projet.

Effectivement, **une image de marque soignée est souvent un gage de professionnalisme** qui vous aidera à fédérer votre niche musicale et à convaincre les acteurs de l'industrie.

Cela signifie très concrètement que dès le début de votre carrière, vous devriez songer à investir dans la réalisation d'un logo pro, de clips vidéo ou encore dans un shoot photo, dans le but de commencer à donner de la cohérence visuelle à votre projet, **notamment pour votre présence en ligne.**

J'utilise ici le terme "investir", mais si vous êtes en mesure de le faire vous-même, car vous avez les compétences nécessaires ou bien que vous connaissez quelqu'un qui puisse vous aider à moindre coût, alors c'est tout à fait envisageable du moment que la qualité est au rendez-vous.

[...]



Pourquoi signer en maison de disques (Label) ?

Signer un contrat avec un label signifie que vous aurez accès aux ressources humaines et financières de la structure. Et donc accélérer le développement de votre projet.

L'accompagnement en label, trois contrats possibles :

Le contrat d'artiste, le contrat de licence, et le contrat de distribution (contrat dit « en indépendant ») :

CONTRAT D'ARTISTE (L'artiste signe en nom propre)	CONTRAT DE LICENCE (l'artiste doit disposer d'une société)	CONTRAT DE DISTRIBUTION (l'artiste doit disposer d'une société)
Le label assure l'ensemble des couts liés à la production et l'image de la musique (albums, singles, clips, shooting, etc)	L'artiste, via sa société, assurera lui même les frais de création et de production de ses œuvres et de son image. Il livre au label un album prêt à être vendu.	L'artiste, via sa société, assurera lui même les frais de création et de production de ses œuvres et de son image. Il livre au label un album prêt à être vendu.
Le label assure la distribution digitale des œuvres	Le label assure la distribution digitale des œuvres	Le label assure la distribution digitale des œuvres.
Le label assure la distribution physique des œuvres	Le label assure la distribution physique des œuvres	Distribution physique à la charge de la structure de l'artiste (frais de fabrication, et de mise en rayon).
Le label assure des investissements financiers (Achat d'espaces, Pubs Spotify, en radio, en Tv, mises en avant Fnac etc) : <i>Montants variables à négocier à la signature*</i>	Le label assure des investissements financiers (Achat d'espaces, Pubs Spotify, en radio, en Tv, mises en avant Fnac etc) : <i>Montants variables à négocier à la signature*</i>	La structure de l'artiste assurera elle-même les investissements financiers qu'il souhaite effectuer. Il doit donc avoir les fonds nécessaires, mais garde le contrôle stratégique à 100%
Commissions sur les ventes : 92% (Label) 8% (Artiste)	Commissions sur les ventes : 76% (Label) 24% (Artiste)	Commissions sur les ventes : 20% (Label) 80% (Artiste)

[...]



Signer en label peut ici paraître très appétissant, mais au démarrage de votre carrière, sans enregistrement ni buzz, cela peut être une fausse bonne idée.

Cela revient à confier la quasi-totalité de ses droits, de ses revenus et de son ambition, sans réel levier de négociation, à une seule structure, et ce au moment où votre projet ne pèse pas suffisamment pour exiger des conditions intéressantes à la signature.

En effet, plus un artiste signe dans des conditions à son avantage (un gros volume d'écoutes en streaming, un titre qui buzz, des passages radios, une image déjà forte, une tournée en cours qui fonctionne, des réseaux sociaux solides etc), et plus il pourra négocier des montants intéressants pour ses avances sur royalties, les investissements marketing qui lui seront déployés, et le niveau de priorité qu'il aura au sein du label en fonction des autres artistes.

[...]

