REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS – MYMUSICADS

La certification s'adresse aux :

- **artistes musicaux (chanteurs, musiciens, compositeurs) ayant à structurer et développer leur activité artistique musicale en autonomie,**
- **aux futurs ou nouveaux managers d'artiste (ayant démarré leur activité depuis moins d'un an), n'ayant pas les compétences nécessaires à l'accompagnement des artistes dans la structuration et le développement de leur activité artistique musicale.**

My Music Ads est un organisme de formation qui permet à tout artiste de se structurer et de se développer pour construire et piloter un projet artistique musical. Si le secteur musical regorge de talents émergents, percer et se développer durablement reste un parcours semé d'embûches pour les jeunes artistes.

Pour lancer et développer son activité dans un paysage musical concurrentiel, le choix de son statut ou du contrat ainsi que la recherche de visibilité sont des enjeux primordiaux. Se démarquer et construire une identité forte est essentiel pour attirer l'attention du public et des professionnels. L'accès aux labels et subventions peut s'avérer complexe. De plus, si l'autofinancement est souvent la réalité, limitant les moyens de production et de promotion, des solutions existent, comme le crowdfunding, le sponsoring ou les aides à la création.

Pour développer une activité artistique musicale, l'artiste doit concilier création, production, promotion, contractualisation et gestion administrative qui peuvent s'avérer être un véritable défi. La maîtrise de ces derniers aspects « non artistiques » et l'organisation de sa gestion sont des compétences essentielles pour maintenir un équilibre et éviter l'épuisement. En effet, l'industrie musicale peut être impitoyable et fragiliser la confiance des artistes. Se fixer des objectifs réalistes, définir ses ambitions à long terme et identifier les étapes clés pour les atteindre permet de naviguer plus sereinement dans l'évolution de sa carrière.
Quant aux managers d'artistes, souvent issus de l'entourage proche de l'artiste et non formé à ces enjeux, ils ont besoin d'acquérir ces mêmes compétences afin que la personne qu'ils accompagnent puisse se concentrer sur les aspects artistiques de son activité.

L'objectif de la certification est ainsi d'attester la capacité des titulaires à structurer l'activité artistique musicale et sa gestion, à choisir les contrats et les financements les plus adaptés, à mettre en œuvre des actions de communication et de marketing qui leur permettront de développer une visibilité et de créer une communauté autour de l'œuvre musicale.

Prérequis :

- Maîtrise des bases des outils numériques web, traitement de texte, gestion de fichiers, réseaux sociaux, tableur.
- Avoir le projet de structurer et développer une activité artistique musicale, pour soi en tant qu'artiste ou pour un ou plusieurs artistes en tant que manager d'artiste.

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adapté.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	**CRITÈRES D'ÉVALUATION**
Structurer et développer une activité artistique musicale		
C1. Sélectionner une structure juridique et un statut professionnel adaptés à un projet artistique musical, en évaluant les différentes formes juridiques adaptées et les statuts spécifiques aux artistes à l'aide d'une analyse multicritères intégrant la nature des revenus artistiques, la gestion des droits d'auteur et les obligations sociales et fiscales, **afin de sécuriser juridiquement et fiscalement l'activité, en cohérence avec le projet musical.**	**<u>Soutenance orale d'un projet professionnel de structuration et de développement d'une activité artistique musicale et questionnement du jury.</u>** A l'oral, il est demandé au candidat de soutenir, devant un jury d'évaluation, un projet de structuration et de développement d'une activité artistique musicale, ancré dans une situation professionnelle réelle synchrone ou à venir. Afin de faciliter l'évaluation du jury, le candidat aura transmis, en amont de la session d'examen, un dossier de projet détaillant l'ensemble des éléments constitutifs du projet professionnel qu'il présentera. Lors de la soutenance orale, il est demandé au candidat de présenter brièvement les fondements de l'activité artistique musicale objet du projet présenté (genre, influences, objectifs professionnels), puis d'expliciter et de justifier : - Sa sélection d'une structure juridique et d'un statut professionnel adaptés au projet artistique musical (en lien avec C1) - Les méthodes et moyens mobilisés pour analyser chaque type de contrat lié à l'exploitation d'une œuvre musicale envisagé dans son projet (en lien avec C2)	**Cr1.1.** L'analyse multicritères produite par le candidat évalue au minimum 2 formes juridiques (EI, micro-entreprise, association, société) et 2 statuts professionnels spécifiques aux artistes (intermittent du spectacle, artiste-auteur, salarié, mandataire) et intègre les 3 types de critères suivants : revenus artistiques, gestion des droits d'auteur, et obligations sociales et fiscales. **Cr1.2.** La sélection finale de la structure juridique et du statut professionnel de l'artiste est justifiée par le candidat au regard de la sécurisation juridique et fiscale de l'activité musicale, avec une argumentation fondée sur les caractéristiques de son projet artistique et les résultats de son analyse.
C2. Analyser les contrats liés à l'exploitation d'une œuvre musicale, en mobilisant des ressources juridiques spécialisées, et en identifiant les clauses sensibles (durée, cession de droits, exclusivité, rémunération variable), les engagements associés et les ajustements à réaliser, **afin de préserver ses intérêts artistiques, financiers et moraux dans le cadre de collaborations professionnelles.**		**Cr2.1.** Sur la base d'au moins un contrat-type lié à l'exploitation d'une œuvre musicale et adapté à l'activité artistique musicale du projet, le candidat repère et explique au moins 4 clauses sensibles du contrat, dont au moins 1 sur la cession des droits et 1 sur la rémunération. **Cr2.2.** Pour chacune des clauses relevées, le candidat identifie et formule les engagements associés et explicite les risques sur les droits artistiques, financiers et moraux de l'artiste. **Cr2.3.** Le candidat propose et argumente au moins 2 ajustements du contrat permettant de mieux

	- Sa structuration de la gestion administrative, juridique et comptable de l'activité musicale (en lien avec C3) - La stratégie de communication digitale qu'il a conçue, alignée avec l'identité artistique musicale, comprenant au minimum : le benchmark, les objectifs, les personas, le planning éditorial et publicitaire, et les indicateurs clés de performance liés (en lien avec C4) - Les méthodes et moyens mobilisés pour déployer une campagne digitale inclusive, éco-responsable et optimisée de promotion du projet musical (en lien avec C5). Le candidat présente au moins un exemple de contenu de communication qu'il a produit, issu de la campagne. - Sa démarche et son dispositif de veille artistique, technologique et réglementaire du secteur musical (en lien avec C6) La soutenance se conclut par une séquence de questionnement durant laquelle le jury d'évaluation revient sur des éléments du projet présenté nécessitant des précisions, des approfondissements ou des démonstrations complémentaires.	préserver les intérêts artistiques, financiers ou moraux de l'artiste. **Cr2.4.** Le candidat liste et argumente au moins 2 ressources juridiques spécialisées qu'il a mobilisées pour fiabiliser son analyse (guides professionnels juridiques, plateformes de contrats, avocats spécialisés en droit de la musique, modèles de contrats reconnus…). Leur fiabilité est justifiée par le candidat.
C3. Structurer la gestion administrative, juridique et comptable de l'activité musicale, en mettant en place des processus et des outils numériques spécifiques et adaptés au secteur (gestion des droits d'auteur/droits voisins, facturation, gestion de trésorerie), et en s'appuyant sur un réseau de prestataires fiables (gestionnaire SACEM, juriste, comptable...), **afin d'en assurer un pilotage optimisé, autonome, et la conformité réglementaire.**		**Cr3.1.** Le candidat présente et justifie une sélection documentée d'outils numériques spécifiques de gestion administrative, juridique et comptable de l'activité musicale. Les outils présentés permettent de couvrir les besoins et obligations en termes de : facturation, gestion de trésorerie, gestion des droits d'auteur / droits voisins. **Cr3.2.** Le candidat explicite au moins 2 processus opérationnels de gestion de l'activité musicale (suivi contractuel, échéanciers, archivage…), dont au moins 1 relatif à la gestion des droits. **Cr3.3.** Le candidat produit un organigramme de prestataires mobilisables (gestionnaire SACEM, juriste, comptable...) et de l'apport / du rôle de chacun dans la gestion administrative, comptable et financière de l'activité, avec la justification de leur légitimité dans le secteur musical ou artistique, et de leur capacité à répondre aux obligations réglementaires.
C4. Concevoir une stratégie de communication digitale alignée avec l'identité artistique musicale, en réalisant l'analyse de son positionnement artistique concurrentiel et la définition d'objectifs spécifiques et de personas cibles, en élaborant un calendrier éditorial et publicitaire multi-plateformes (musicales, vidéo, réseaux sociaux) adapté à ses		**Cr4.1.** Le candidat produit un benchmark comparatif et ciblé de son positionnement artistique, intégrant des artistes et/ou œuvres analogues et détaillant leurs formats, canaux de communication et positionnements. **Cr4.2.** Le candidat détermine un ou plusieurs objectifs de sa stratégie de communication

ressources, et en intégrant des indicateurs clés de performance adaptés (engagement, conversion, portée), **afin de développer sa visibilité en ligne tout en fédérant une communauté de fans.**		(augmenter la notoriété, accroitre les ventes de streaming, CD, places de concerts, merchandising, fidéliser les fans…) et définit au moins 2 persona représentatifs de la cible de fans (âge, CSP, lieu d'habitation, loisirs, métier, genre musical, plateformes sociales utilisées…). **Cr4.3.** Le candidat structure un calendrier éditorial et publicitaire organisé par plateformes (au minimum 2), formats et objectifs de publication (engagement, conversion, notoriété) sur une durée minimale d'un mois. Il détermine et justifie le budget associé. **Cr4.4.** Le candidat définit au moins 3 indicateurs de performance quantifiables en lien direct avec les objectifs visés (ex : taux d'engagement, portée, clics…).
C5. Déployer une campagne digitale inclusive, éco-responsable et optimisée de promotion d'un projet musical, en produisant des contenus adaptés, attractifs, accessibles aux publics en situation de handicap et intégrant des principes de sobriété numérique, et en exploitant les fonctionnalités de diffusion et de pilotage de campagnes des outils des plateformes cibles tout en réalisant les optimisations nécessaires en fonction des résultats obtenus, **afin de maximiser la portée et l'impact de sa communication artistique tout en respectant les principes de RSE.**		**Cr5.1.** Le contenu digital produit par le candidat (vidéo, reel, post…) intègre au moins 1 adaptation d'accessibilité aux publics en situation de handicap (présence de sous-titrage ou d'audiodescription, police de caractère spécifique, absence d'effets lumineux agressifs…) et respecte au moins 1 principe de sobriété numérique (format compressé de type .WebP ou .AVIF, durée vidéo réduite, absence de fonctionnalité intrusive de type lecture automatique…) **Cr5.2.** Le candidat justifie de façon précise l'adaptation du contenu produit au public cible et à la plateforme de diffusion (stories, reels, vidéos longues…), ainsi que son attractivité. **Cr5.3.** Le candidat explicite les fonctionnalités de diffusion et de pilotage de campagne qu'il a exploitées dans l'outil dédié (Meta Ads, TikTok for Business, Google Ads…) pour diffuser son contenu sur au moins 1 plateforme cible, et justifie les choix réalisés concernant le type et le format de campagne déployée.

		Cr5.4. Le candidat interprète les résultats de sa campagne à l'aide de données d'analyse issues d'au moins 1 outil dédié (YouTube Studio, Facebook Insights, Spotify for Artists…), et propose et justifie au minimum 2 actions d'optimisation (modification de contenu, de créneau, d'horaire, de format…).
C6. Mettre en œuvre une veille artistique, technologique et réglementaire du secteur musical, en sélectionnant des sources spécialisées (SACEM, CNM, INPI…) fiables et diversifiées, en paramétrant des outils de veille automatisée et en repérant les signaux faibles et les opportunités (financements, innovations…) de l'industrie musicale, **afin d'anticiper ses évolutions et d'adapter en temps réel le positionnement artistique et entrepreneurial de l'activité.**		**Cr6.1.** Le dispositif de veille du candidat intègre une sélection d'au moins 4 sources spécialisées du secteur musical distinctes (SACEM, CNM, INPI…) et dont la fiabilité est justifiée. La diversité des sources permet de couvrir les aspects artistiques, technologiques et réglementaires de la veille. **Cr6.2.** Le candidat explicite et justifie le paramétrage d'au moins un outil de veille automatisée de type Google Alerts, agrégateur RSS, abonnement newsletters… **Cr6.3.** En le justifiant sur la base d'éléments de veille du secteur, le candidat identifie au moins 2 signaux faibles ou 1 opportunité de l'industrie musicale (ex : appels à projet, nouvelle plateforme, tendances de formats, modification d'algorithme…) et en décrit le potentiel impact sur le positionnement artistique et/ou entrepreneurial de son activité artistique.