



CONCENTRÉ DE 10 ANNÉES DE  
RENCONTRES RYTHMÉES PAR 1700  
PROFESSIONNELS DE L'INDUSTRIE  
MUSICALE ET DES CENTAINES  
D'ARTISTES ACCOMPAGNÉS,  
L'ATELIER DE CÉDRIC PRÉSENTE :

# TEMP O

FORMATION COURTE ET INTENSE  
POUR ARTISTES ENTREPRENEURS

**TEMPO**, c'est une formation **courte** de **3 jours** pour vous aider à bien comprendre et **intégrer** rapidement les principes fondamentaux qui définissent aujourd'hui le monde des musiques dites **actuelles**.

**TEMPO**, c'est la **pause** nécessaire, à un moment particulier de votre **parcours** artistique, pour vous permettre d'acquérir les **outils** indispensables au développement de votre projet musical : de la **production**/réalisation d'un EP (ou un album) à sa **promotion**, en passant par la **distribution**, l'édition, le management, le **tour** et les organismes incontournables.

**TEMPO**, c'est 3 journées **intensives** encadrées par des **experts** en activité pour définir (ou redéfinir) les bases de votre projet musical ; un nouveau souffle **professionnel** pour (re)partir sur des bases solides ; un **accès privilégié** à toute une sélection de contacts et outils « sur-mesure » adaptés à votre profil artistique !

**TEMPO**

# T comme **TOURNEUR**



Au fil de ces dernières années, du fait d'un **changement radical** du mode de « consommation » de la musique enregistrée (notamment avec l'arrivée du **streaming**), le Tour est devenu un élément **essentiel** au développement d'un projet musical.

Et même si le tourneur (ou **producteur de spectacles**) n'est pas toujours le premier partenaire de l'Artiste (du fait d'un nécessaire **investissement** de départ, parfois trop lourd), il reste un **allié** à l'heure des **SMAC** et des **festivals**, petits ou grands, parfois dénicheurs/accompagnateurs de jeunes talents.



**TEMPO**



## T comme TOURNEUR

Dans ce contexte, le « **self-booking** » est une étape nécessaire que les jeunes artistes doivent pouvoir maîtriser, à l'aide **d'outils** simples et de **règles élémentaires** souvent négligées et à bien respecter pour aborder les **programmeurs** et acteur-clés du spectacle vivant.

Avec **TEMPO**, après un **panorama** des lieux de diffusion, vous apprendrez à les **identifier** et à **communiquer** avec les différents **programmeurs** et ce, grâce à l'expérience et aux conseils d'un agent/booker en activité.

# TEMPO



# LE TOURNEUR

SESSION CO-ANIMÉE PAR UN  
TOURNEUR-BOOKER PRO

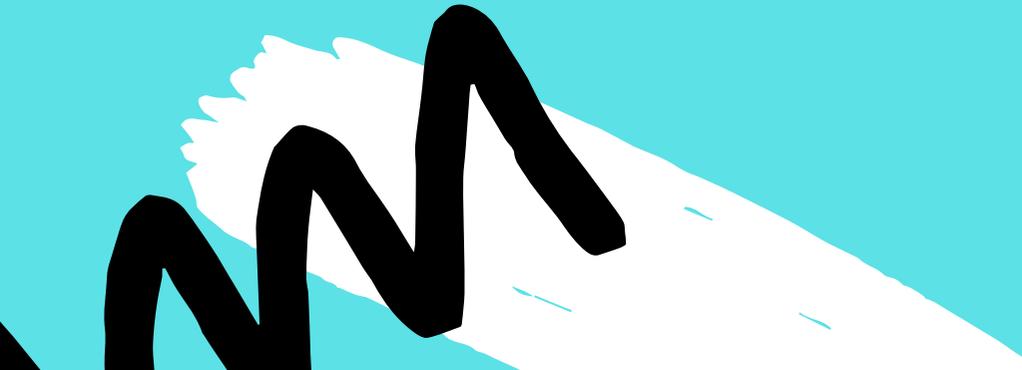
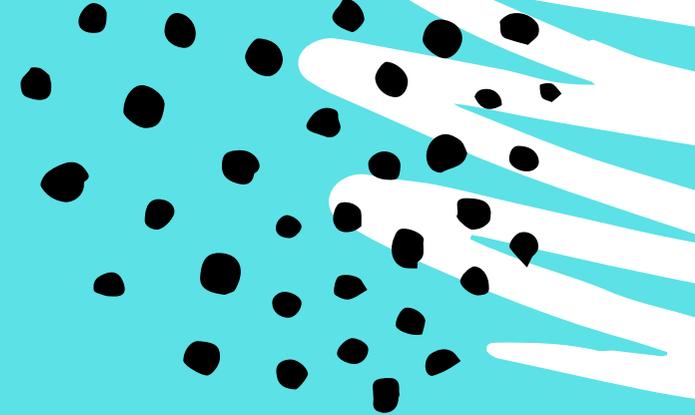
- Panorama du Tour en France et à l'étranger (export)
- Producteur de spectacles, développement et tournée
- Les lieux de diffusion à Paris et en région
- La SMAC, une exception culturelle
- Les méthodes du booker, chef de projet "live"
- Outils et règles de démarchage
- Les différents types de contrats
- La licence d'entrepreneur de spectacles
- Le statut d'intermittent et ses limites
- Le "self-booking" ou être son propre agent
- (Re)définir une formule viable économiquement

**TEMPO**

# E comme EDITEUR

Considéré souvent comme l'un des **premiers partenaires** de l'auteur-compositeur, l'éditeur d'aujourd'hui ne se contente plus d'être un simple **gestionnaire** de droits.

En relation étroite avec la **SACEM**, il accompagne désormais l'Artiste dans le **développement** global de sa carrière : de la **création** de son répertoire à la **promotion** de ses œuvres, en passant par la **synchronisation** de sa musique à l'image, et parfois même jusqu'à la production et la promotion d'un **1er EP**.



**TEMPO**



## E comme EDITEUR

Relativement « standard », le **contrat** d'édition doit cependant faire l'objet d'une **attention** toute particulière de la part de l'auteur-compositeur, du fait de la **durée** parfois longue (*copyright*) et de la force de l'**engagement** (*notion de patrimoine*).

A l'heure du streaming, son rôle de « **tracking** » est devenu essentiel à la **survie** d'un projet. Il appartient donc à l'Artiste de bien comprendre le **rôle** et les **missions** de l'éditeur, pour s'engager, en toute connaissance de cause, avec le bon **partenaire** éditorial.

Avec **TEMPO**, vous apprendrez les **mécanismes** du droit d'auteur et les éléments importants à connaître avant de **choisir** le partenaire éditorial **adapté** à votre profil artistique.

# TEMPO



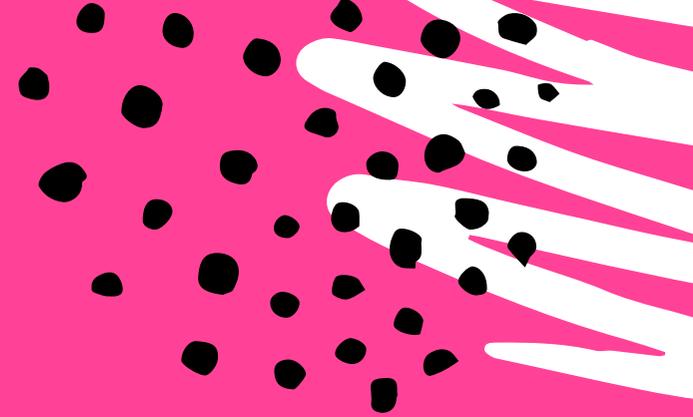
# L'EDITEUR

SESSION CO-ANIMÉE PAR UN  
EDITEUR PRO

- Rôle, missions et obligations de l'éditeur
- Droit d'auteur, SACEM et gestion collective
- Le pacte de préférence éditoriale
- Avances et investissements non recoupables
- Etre éditeur à compte d'auteur, la co-édition
- Monter sa boîte d'édition, la gestion éditoriale
- La synchronisation de musique à l'image
- Les différents types de droits (DEP, DRM)
- La notion de copyright (patrimoine) et le *buy out*
- Exploitations à l'étranger et sous-éditeurs

**TEMPO**

# M comme MANAGER



En France, la **mission** du manager n'est pas toujours bien comprise. Souvent endossé par un membre de **l'entourage** de l'Artiste, le rôle du manager est pourtant **capital** puisqu'il est la **principale interface** entre l'Artiste et le monde extérieur.

La relation **contractuelle** est assez simple (un engagement entre 2 **personnes physiques**, limité dans la **durée** et à un certain **pourcentage** des revenus de l'Artiste), mais une bonne **définition** de ses missions, dès le début de la **collaboration**, est essentielle pour éviter écueils et déceptions.



**TEMPO**



## M comme **MANAGER**

Véritable "couteau-suisse", **accélérateur** de rencontres et de projets, cet **accompagnateur** tout-terrain est la personne de **confiance** qui doit aider l'Artiste à **développer** une direction artistique et une stratégie globale.

Avec **TEMPO**, vous apprendrez à **développer** vos capacités d'organisation et votre sens de la **gestion** de projet afin de déterminer vos réels besoins en (self) management.

# TEMPO



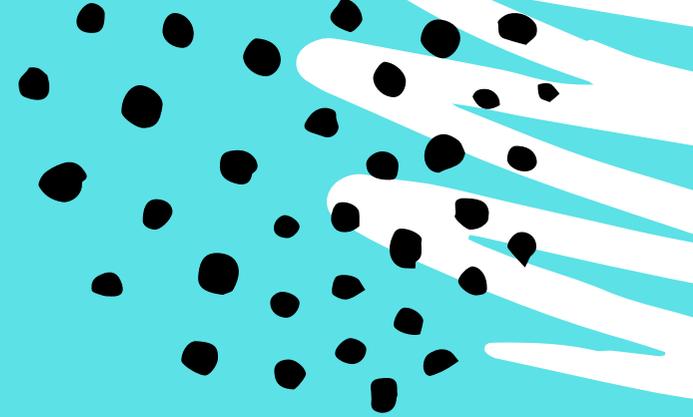
# LE MANAGER

SESSION CO-ANIMÉE PAR UN  
MANAGER PRO

- Le rôle et les missions du manager
- Le contrat de management et ses particularités
- La défense des intérêts de l'artiste
- Le self-management
- L'intérêt du manager en début de carrière
- Les différents syndicats
- La situation parfois précaire du manager
- Un partenaire clé, une relation de confiance
- L'évolution du métier de manager
- Evaluation objective de son (auto) organisation

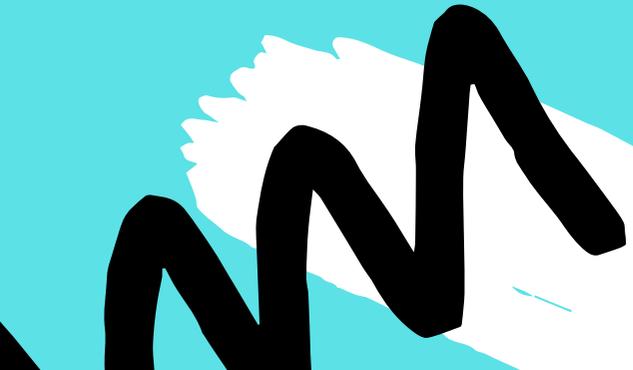
**TEMPO**

# P comme **PRODUCTEUR**



Souvent confondu avec le « producer » (le réalisateur/arrangeur à l'anglo-saxonne), le **producteur phonographique** est celui qui **finance** le projet de l'Artiste : de l'enregistrement / réalisation des titres à la **promotion**, en passant par le **financement** de vidéo-clips et de supports de communication.

Son degré d'engagement peut toutefois **différer** en fonction de la **situation contractuelle** entre l'Artiste et le Producteur (notamment entre contrat d'artiste et de **licence**).



**TEMPO**



## P comme **PRODUCTEUR**

Aucun **contrat** n'est bon ou mauvais en soi, il doit répondre à un **besoin** précis, et une **évaluation objective** de la situation (notamment économique) de l'Artiste est importante pour **optimiser** les chances de vivre une collaboration réussie.

L'évolution des **supports** et l'explosion du **digital** facilitent la production et la promotion d'une œuvre, mais l'Artiste d'aujourd'hui, souvent en mode « **auto-production** », ne doit pas oublier qu'un projet sans **budget** ne peut évoluer de façon saine et surtout durable.

# TEMPO





**P** comme **PRODUCTEUR**

L'Artiste **entrepreneur** doit donc bien comprendre les **enjeux** économiques de son « **indépendance** » avant de se lancer dans l'aventure !

Avec **TEMPO**, vous apprendrez à **différencier** et à **négoier** les différents types de **contrats** et à déterminer le **budget** d'un projet et sa viabilité économique, **avec ou sans** producteur (auto-production).

**TEMPO**



# LE PRODUCTEUR

SESSION CO-ANIMÉE PAR UN  
PRODUCTEUR PRO

- Le producteur et son investissement
- Les différents contrats de production
- La distribution digitale et/ou physique
- L'auto-production et ses limites
- L'intérêt du financement participatif
- La structuration administrative
- La définition d'un budget stable et réaliste
- Part "Master" et notion de propriété
- Monter sa propre structure de production
- Le développement du modèle 360

**TEMPO**

# P comme PROMOTION

Généralement dirigé(e) par un(e) **attaché(e) de presse**, la phase de promotion, dans un contexte **d'abondance** de sorties digitales, est devenue la **phase-clé** pour la réussite d'un projet musical.

Relativement peu « dénicheurs de talents », **radios** (*programmation en playlist*) et **télévisions** (*diminution des émissions musicales*) sont à aborder avec **précaution**, à moins d'avoir le budget pour une belle campagne publicitaire.

En revanche, le **web** est devenu le principal **terrain** de promotion pour les jeunes artistes; les **coûts** de promo sont moins élevés et les **chances** d'y obtenir des **publications** sont beaucoup plus importantes et surtout plus réalistes.



**TEMPO**



## P comme PROMOTION

Et même si une **phase d'auto-promotion** "organique" est indispensable (notamment via l'animation des **réseaux sociaux**), l'attaché de presse reste **l'interlocuteur** privilégié entre l'Artiste et les médias.

Réaliser des **outils** de promotion **créatifs** et professionnels (notamment EPK) et trouver la bonne personne (motivée et avec le bon **réseau**) pour **défendre** son projet auprès des **journalistes** restent un enjeu **majeur** pour mener son projet jusqu'au bon public.

Avec **TEMPO**, vous apprendrez à bien **intégrer** les enjeux de la promotion, à **professionnaliser** la présentation de votre projet et son auto-promotion, à **cibler** les médias de façon stratégique.



# TEMPO

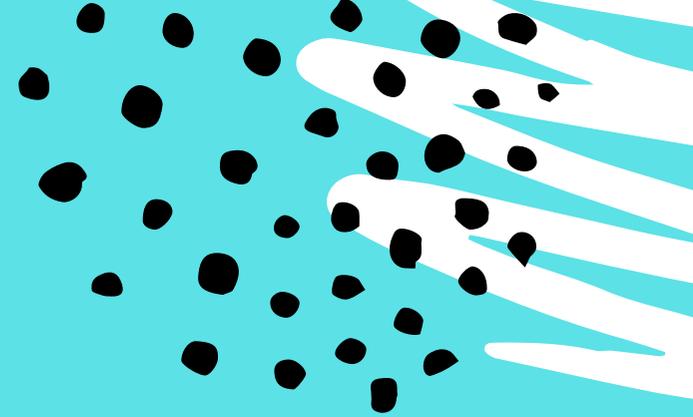
# LA PROMOTION

SESSION CO-ANIMÉE PAR  
UN(E) ATTACHE(E) DE  
PRESSE PRO

- Le rôle et les missions de l'attaché(e) de presse
- Spécialisation presse écrite, web, radio ou télé
- Le streaming et les playlists, la promo digitale
- L'auto-promotion et ses limites, le budget promo
- Réaliser des outils de promo créatifs et pros
- Identifier et cibler les bons médias/interlocuteurs
- Les périodes de sorties idéales
- La situation des quotas en France
- Synchro et publicité, un bon levier promo
- Presse Nationale et Presse Quotidienne Régionale
- L'évolution web des médias traditionnels

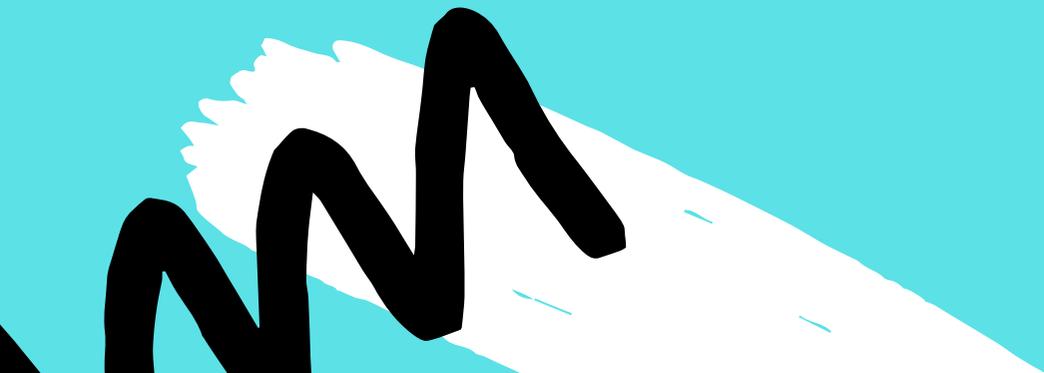
**TEMPO**

# O comme ORGANISMES



Aides et subventions sont des éléments importants et **précieux** dans le développement de la **carrière** d'un jeune artiste.

Et même si les **champs d'actions** sont assez larges (de la production phonographique au spectacle vivant, en passant par l'édition et la promotion), les **conditions d'accès** aux aides et subventions sont assez strictes et réservées à une **catégorie** d'artistes plutôt entrepreneurs.



**TEMPO**



## O comme ORGANISMES

D'où l'intérêt pour l'Artiste de se **structurer** assez tôt dans son parcours artistique afin de pouvoir bénéficier, le moment venu, des **ressources-clés** et amener son projet vers une certaine **stabilité** économique (notamment dans la durée).

Avec **TEMPO**, vous apprendrez à structurer et à **dessiner** les contours **administratifs** de votre projet musical pour **solliciter** les bonnes aides et subventions actuellement disponibles.

# TEMPO



# LES ORGANISMES

SESSION CO-ANIMÉE PAR  
UN(E) SPÉCIALISTE DES  
ORGANISMES PROFESSIONNELS

- Les différentes aides et subventions
- La structuration administrative
- La SACEM et son rôle central
- Back-office et sociétés de business management
- L'aide à la recherche de subventions
- Export et relais à l'international
- ADAMI, SPEDIDAM et droits voisins

**TEMPO**

# PLANNING

## JOUR 1 10h-13h

### T Comme TOUR

Comprendre le métier de tourneur, identifier les lieux de diffusion et apprendre à communiquer avec les programmateurs.

## JOUR 2 10h-13h

### M comme MANAGER

Trouver le bon manager et l'associer, de façon équitable, à la défense de vos intérêts et de votre carrière.

## JOUR 3 10h-13h

### P comme PROMOTION

Intégrer les enjeux de la promo, professionnaliser sa présentation et son auto-promo, cibler les médias de façon stratégique.

## JOUR 1 14h-17h

### E comme EDITEUR

Définir le rôle de l'éditeur et choisir le partenaire adapté à votre profil artistique.

## JOUR 2 14h-17h

### P comme PRODUCTEUR

Savoir déterminer le budget d'un projet et sa viabilité économique, avec ou sans producteur (auto-production)

## JOUR 3 14h-17h

### O comme ORGANISMES

Structurer et dessiner les contours administratifs d'un projet musical pour solliciter les bonnes aides et subventions.

# TEMPO

# Cédric Tilèpe

DE L'ATELIER DE CÉDRIC À TEMPO

Formé au piano classique et à la composition, c'est en **2010** que Cédric ouvre l'Atelier, dans le but d'aider les jeunes **auteurs-compositeurs-interprètes** à développer leur projet musical dans les meilleures conditions, notamment via l'organisation de **rencontres** entre artistes et professionnels, moments **privilegiés** propices à la construction d'un **réseau** solide et précieux. Egalement manager et éditeur, Cédric crée en juillet 2019 son propre label – **MAGNETO** – label totalement indépendant distribué par **BELIEVE**. **TEMPO**, c'est le fruit de ses **10 années** de rencontres avec **1700** professionnels en activité dans l'industrie musicale.



# TEMPO

## PROCHAINES DATES & TARIFS

[tempo@latelierdecedric.com](mailto:tempo@latelierdecedric.com)

[facebook.com/tempoformation](https://facebook.com/tempoformation)

### Un bilan sur-mesure

Repartez avec un "check-up" complet de votre projet musical et des contacts adaptés à votre profil artistique.

### 7 intervenants pros

Tourneur/Booker,  
Editeur, Manager,  
Producteur, Attaché(e)  
de presse et  
Spécialiste des aides  
et subventions.

### 18h de formation

Réparties sur 3  
journées de 6 heures,  
intenses et rythmées,  
animées par des  
intervenants  
professionnels.