

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS METIER MANAGER DES INDUSTRIES MUSICALES ET DU SPECTACLE VIVANT – NIVEAU 7 – NOM DE L'ORGANISME CERTIFICATEUR : EMIC

**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 adaptée. En fonction du handicap et des besoins spécifiques du candidat, le référent handicap pourra également s'appuyer sur une expertise externe.

Ces possibilités d'aménagement seront fixées dès l'entrée en formation et communiquées au futur candidat, afin que celui-ci puisse être informé des solutions en compensation.

#### **Prérequis à l'entrée en formation :**

Niveau minimum requis : BAC+4 ou équivalent

Avoir un projet professionnel dans industries musicales,

Connaître l'environnement médiatique,

Connaître les principaux champs du marketing,

Maîtriser l'utilisation basique des nouvelles technologies de l'information et de la communication,

Maîtriser l'anglais : niveau Cambridge B2 ou équivalent.

La certification Manager des industries musicales se réalise actuellement en un an mais peut également se réaliser en deux ans de formation au sein de l'EMIC. Dans ce cas le niveau minimum requis est : 3 années après le Bac ou équivalent dans les domaines du marketing, de la communication et de la distribution dans l'industrie musicale.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES METIER	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<b>1. Analyse du marché de l'entreprise et des industries musicales et du spectacle vivant</b>			

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A1.1.</b> Réalisation d'une veille sur le secteur des industries musicales et du spectacle vivant</p>	<p><b>A1.1. C1</b> Mettre en place une veille permanente sur le secteur des industries musicales et du spectacle vivant (concurrentielle, juridique, méthodes de management et de conduite des projets...) et ses mutations, en France et à l'international, en s'appuyant sur des sources d'informations reconnues dans la profession, afin d'identifier les nouvelles tendances et les intégrer dans sa pratique.</p> <p><b>A1.1. C2</b> Suivre les évolutions technologiques et leurs impacts sur les entreprises des industries musicales et le spectacle vivant, les artistes et les nouveaux usages de consommation, afin d'identifier les opportunités offertes, notamment pour les publics en situation de handicap.</p> <p><b>A1.1. C3</b> Suivre les tendances émergentes dans les goûts et habitudes du public et les technologies et supports de diffusion pour anticiper les changements dans les habitudes des consommateurs et les intégrer dans les projets de développement de l'entreprise et des artistes.</p> <p><b>A1.1. C4</b> Analyser les résultats des veilles réalisées sur le marché des industries musicales et du spectacle vivant, afin d'en tenir compte et les utiliser dans l'élaboration de ses stratégies et accompagner le déploiement des projets.</p>	<p><b>E1 : Type d'évaluation : Etude de cas portant sur l'analyse du marché d'une entreprise et des industries musicales et du spectacle vivant donnant lieu à la remise d'un rapport écrit puis à une soutenance orale.</b></p> <p>Il est remis au candidat un cas présentant une entreprise ayant des activités dans l'industrie musicale et du spectacle vivant.</p> <p>Après étude du cas, il est demandé au candidat, de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser une veille sur le secteur des industries musicales et du spectacle vivant et ses mutations</li> <li>• D'analyser le positionnement de l'entreprise sur le marché des industries musicales et du spectacle vivant</li> </ul> <p>Dans le cadre d'un rapport écrit (12 pages ou slides maximum), le candidat devra présenter ses travaux et, ainsi, :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présenter les résultats de sa veille et l'analyse des impacts des tendances du secteur (en lien avec A1.1),</li> <li>• Etablir une cartographie des différents métiers du secteur des industries musicales et du spectacle</li> </ul>	<p><b>Critères pour E1 :</b></p> <p><b>Pour A1.1 C1 :</b> Les sources sélectionnées sont pertinentes et reconnues dans la profession, par exemple : rapports ou études des organisations professionnelles de la filière (Ekhosscenes, Syndicat des Musiques Actuelles, Syndicat national de l'édition phonographique, Union des producteurs indépendants, centre d'étude de la SACEM...), sites l'actualité du secteur (Newstank culture, musicbusinessworldwide...).</p> <p>Les actualités et tendances principales du secteur des industries musicales et du spectacle vivant et en lien avec le cas sont identifiés : actualités juridiques (textes, jurisprudence...), nouvelles méthodes de travail (intégration de l'IA, outils collaboratifs...), nouveaux services liés à la collecte de données et à la billetterie, nouvelles stratégies marketing de commercialisation des concerts et des festivals, actualités liées à la RSE (obligations, tendances, pratiques...) ...</p> <p><b>Pour A1.1 C2 :</b> Les principales évolutions technologiques sont identifiées :</p>
<p><b>A1.2</b> Analyse du positionnement de l'entreprise sur le marché des</p>	<p><b>A1.2 C1</b> Etablir une cartographie des différents métiers du secteur des industries musicales et du spectacle vivant, en identifiant leurs rôles,</p>		

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>industries musicales et du spectacle vivant</p>	<p>responsabilités et culture, afin de comprendre l'organisation du secteur et ses enjeux.</p> <p><b>A1.2 C2</b> Réaliser un benchmark des entreprises du secteur des industries musicales et du spectacle vivant, en les comparant selon les types de prestations et offres proposées, les cibles visées, les typologies d'artistes signés et les résultats réalisés, afin de disposer d'une vision globale du marché.</p> <p><b>A1.2 C3</b> Analyser le positionnement de l'entreprise dans le secteur des industries musicales et du spectacle vivant, en identifiant sa proposition de valeur, ses forces et ses faiblesses par rapport aux entreprises concurrentes et ses cibles, afin d'identifier ses opportunités de développement, de collaboration et de partenariats.</p>	<p>vivant intervenant dans le cadre du cas (en lien avec A1.2),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser un benchmark des entreprises représentatives du secteur des industries musicales et du spectacle vivant en lien avec le cas (en lien avec A1.2),</li> <li>• Définir le positionnement de l'entreprise sur le marché en identifiant sa proposition de valeur, ses forces et ses faiblesses (en lien avec A1.2).</li> </ul> <p>A l'oral, le candidat présente son rapport et répond aux questions du jury. Il sera notamment interrogé sur le processus de mise en place de sa veille (en lien avec A1.1).</p>	<p>intelligence artificielle, notamment générative, métavers, NFT, réalité virtuelle et augmentée...</p> <p>Leurs impacts sont identifiés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour les entreprises du secteur : changement de business model, évolution des pratiques et des modes de travail, évolution des offres, détection des tendances de business, détection automatisée des cas de plagiat...</li> <li>- Pour les artistes : intégration de l'IA dans le processus de création (création assistée), expériences immersives lors des concerts...</li> <li>- Apparition de nouveaux usages de consommation (streaming, écoute de la musique sur TikTok par le jeune public...) ...</li> </ul>
<p><b>A1.3</b> Analyse du cadre juridique du secteur des industries musicales et du spectacle vivant</p>	<p><b>A1.3 C1</b> Analyser les liens juridiques existant entre les différentes parties prenantes de la filière musicale et du spectacle vivant (entre un artiste et son producteur, entre un producteur et un label, entre un artiste et un producteur de spectacles, entre un artiste et une marque...), afin d'identifier les enjeux juridiques et financiers, selon les situations, et en tenir compte dans l'élaboration des contrats de l'entreprise.</p> <p><b>A1.3 C2.</b> Identifier les différents régimes sociaux liés aux métiers des industries musicales et du spectacle vivant (intermittents, CDD d'usage, contrats saisonniers...), afin de s'assurer de la conformité</p>		<p>Les opportunités pour les publics en situation de handicap sont identifiées : recommandations musicales personnalisées, automatisation de l'audio-description, amélioration de l'accessibilité dans le cadre des campagnes promotionnelles...</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

légale de l'entreprise vis-à-vis de ses collaborateurs et prestataires.

**Pour A1.1 C3 :**

Les profils des publics visés par l'entreprise et leur évolution sont identifiés : âge, sexe, localisation géographique, niveau de revenu, habitudes de consommation (fréquence d'achat, utilisation des plateformes de streaming, participation à des événements en direct...), préférences et attentes (genres musicaux, types de spectacles, canaux de diffusion...), motivations et freins à l'achat (sensibilité à la prise en compte des enjeux RSE, aux nouvelles expériences d'écoute...

**Pour A1.1 C4 :**

L'analyse des résultats de la veille est pertinente au regard des informations récoltées.

L'analyse tient compte du contexte spécifique de l'entreprise.

Les pistes de changements/de stratégies proposées pour l'entreprise, les projets, les artistes sont pertinentes au regard des profils des publics et de l'analyse réalisée : ouverture à de nouveaux marchés, exploitation de nouvelles sources de revenus, nouveau positionnement tarifaire, intégration des nouvelles technologies dans les spectacles ou le processus de création,

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>intégration des enjeux de durabilité dans les arguments de vente...</p> <p><b>Pour A1.2 C1 :</b> La cartographie couvre l'ensemble des activités du cas : création, production, distribution, diffusion</p> <p>La cartographie est complète et comprend les rôles et responsabilités de chacun des métiers, ainsi que les interactions/liens entre eux, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Manager d'artiste : gestion et négociation des contrats avec les différents acteurs, représentation de l'artiste, supervision des campagnes de communication et opérations commerciales...</li><li>- Label : financement des projets d'enregistrement auprès d'un studio (activité de production), édition, distribution...</li><li>- ...</li></ul> <p>L'organisation du secteur et ses enjeux sont correctement retranscrits.</p> <p><b>Pour A1.2 C2 :</b> Les entreprises concurrentes sont identifiées :</p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Les critères de comparaison entre entreprises sont pertinents : type d'organisation (« agile » ou « non agile », type d'offres proposées, cibles visées, type d'artistes signés, niveau d'innovation, notoriété, résultats financiers, d'audience, intégration des enjeux RSE (diversité, inclusion, handicap, égalité hommes-femmes...) dans ses pratiques et ses offres ...</p> <p>Le panorama proposé permet d'avoir une vision globale du marché.</p> <p><b>Pour A1.2 C3 :</b> Une matrice SWOT est réalisée.</p> <p>Le positionnement de l'entreprise sur le marché est correct et pertinent par rapport au benchmark concurrentiel et à ses cibles : forces, faiblesses, opportunités de développement...</p> <p>Les enjeux spécifiques de l'entreprise en matière de RSE sont identifiés et intégrés à la matrice SWOT.</p> <p>Les opportunités de développement, de collaboration et de partenariats envisagées sont</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p><b><u>E2 – Type d'évaluation</u> : Evaluation écrite portant sur le cadre juridique du secteur des industries musicales et du spectacle vivant</b></p> <p>A travers divers cas et situations présentés, le candidat sera interrogé à l'écrit, dans un temps imparti, sur :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les liens juridiques existant entre les différentes parties prenantes de la filière musicale et du spectacle vivant,</li><li>- Identifier les différents régimes sociaux liés aux métiers des industries musicales et du spectacle vivant : intermittents, CDD d'usage, contrats saisonniers...</li></ul> <p>(en lien avec A1.3)</p>	<p>tirées de l'analyse effectuée et pertinentes : expansion géographique, innovations technologiques, diversification des offres, collaborations artistiques, partenariats avec des marques, organisation conjointe d'événements...</p> <p><b><u>Critère pour E2 :</u></b></p> <p>Un minimum de 70% de réponses correctes est requis.</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### 2. Définition des projets musicaux et de spectacle vivant permettant l'atteinte des objectifs stratégiques de l'entreprise

**A2.1** Mise en place des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise

**A2.1 C1** Définir les objectifs (rentabilité, croissance, notoriété...) des projets musicaux et de spectacle vivant relevant de son périmètre d'activité, ainsi que les indicateurs de performance associés, en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise, afin de permettre leur déploiement, en alignement, et l'élaboration des stratégies associées (commerciales, marketing...).

**A2.1 C2** Evaluer les ressources nécessaires au déploiement des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise, en estimant les besoins et différents coûts associés à leur déploiement, en tenant compte des ressources déjà disponibles dans l'entreprise, afin d'établir des prévisionnels (ventes, charges) et élaborer les budgets correspondants.

**A2.1 C3** Identifier les risques des projets musicaux et de spectacle vivant envisagés par l'entreprise (financiers, opérationnels, réputationnels...), afin de déterminer des mesures d'atténuation adaptées.

**A2.2 C1** Définir le positionnement, sur le marché, des projets musicaux et de spectacle vivant de

**E1 : Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle portant sur la définition stratégique d'un projet musical et de spectacle vivant d'une entreprise**

A partir d'un cas réel ou fictif choisi par le centre d'évaluation, il est demandé au candidat de :

- Mettre en place un projet musical et de spectacle vivant d'une entreprise : définition des objectifs, évaluation des ressources, identification des risques (en lien avec A2.1),
- Concevoir les stratégies commerciale, marketing et communication du projet : définition du positionnement par rapport à la concurrence, fixation des objectifs commerciaux et marketing, élaboration des stratégies

**Critères pour E1 :**

**Pour A2.1 C1 :**

Les objectifs sont correctement formulés (méthode SMART) et pertinents au regard du cas et de la stratégie globale de l'entreprise, par exemple : augmentation des revenus de l'artiste (vente d'albums, streaming...), augmentation de la notoriété de l'artiste (nombre de fans, de « followers » ...), augmentation des revenus des concerts et spectacles, optimisation des coûts de production, augmentation du nombre de spectateurs, augmentation de la présence sur les marchés internationaux, amélioration de la visibilité des artistes et de l'entreprise, développement des contenus interactifs, réduction de l'empreinte carbone des événements, promotion de l'inclusion dans l'entreprise, meilleure prise en compte du handicap...

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A2.2</b> Conception des stratégies commerciale, marketing et communication des projets musicaux et de spectacle vivant</p>	<p>l'entreprise, en identifiant leurs caractéristiques différenciantes, afin de se démarquer de la concurrence, en utilisant des éléments uniques de l'offre artistique auprès du public cible.</p> <p><b>A2.2 C2</b> Déterminer les objectifs commerciaux et marketing des projets musicaux et de spectacle vivant sélectionnés par l'entreprise, en tenant compte du marché et des cibles auxquels elles s'adressent, afin de permettre de les décliner en plans d'actions.</p> <p><b>A2.2 C3</b> Élaborer des stratégies commerciales permettant d'accroître et diversifier les sources de revenus des projets musicaux et de spectacle vivant et de mieux cibler le public, afin de développer les revenus de l'entreprise et la rentabilité des projets menés.</p> <p><b>A2.2 C4</b> Elaborer des stratégies de partenariat (sponsoring marque, vente de « package spéciaux », hospitalités...), en déterminant les conditions des partenariats et les critères de sélection des partenaires, en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise (stratégie RSE, stratégie de croissance...), afin de diversifier les revenus de l'entreprise et des artistes.</p> <p><b>A2.2 C5</b> Concevoir les stratégies marketing et communication des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise, en cohérence avec le marché, la cible visée, l'identité artistique et le positionnement choisis, afin de permettre l'atteinte des objectifs fixés (augmentation du chiffre d'affaires</p>	<p>commerciales, de partenariat et marketing (en lien avec A2.2),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proposer des solutions visant à intégrer l'innovation technologique, sociale et environnementale dans le projet (en lien avec A2.3).</li> </ul> <p>Le candidat devra tenir compte du contexte de l'entreprise, de son environnement et de ses contraintes.</p> <p>A l'oral, mis en situation professionnelle dans le cadre d'un jeu de rôles, le candidat présentera son projet et les travaux associés à sa Direction générale (jouée par un membre du jury), à l'appui d'une présentation de type power point.</p> <p>A l'issue du jeu de rôles, le candidat répondra aux questions du jury.</p>	<p>Chaque objectif est assorti d'un ou plusieurs KPI pertinents, par exemple : nombre de nouveaux abonnés sur les plateformes de streaming/les RS, taux de croissance des followers et des interactions sur les réseaux sociaux, nombre de ventes d'albums CD ou vinyles, nombre de billets de concerts vendus (équivalent au nombre de spectateurs), nombre de nouveaux partenariats établis, nombre de fonctionnalités nouvelles ajoutées aux plateformes de streaming, pourcentage d'événements offrant des options de traduction en langue des signes ou sous-titrage...</p> <p><b>Pour A2.1 C2 :</b> L'évaluation des ressources est complète. Elle couvre notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les besoins en ressources humaines : liste des postes nécessaires pour le projet (techniciens, artistes, avocats, régisseurs, community manager, attaché de presse...)</li> <li>Les besoins en ressources matérielles : équipements de sonorisation, d'éclairage, de scénographie requis pour un spectacle spécifique, location studio d'enregistrement ...</li> <li>Besoins en ressources immatérielles : licences ...</li> </ul>
--	--	---	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A2.3</b> Intégration de l'innovation dans les projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise</p>	<p>de l'entreprise, augmentation de la notoriété de l'artiste, diffusion d'une nouvelle image de l'artiste...).</p> <p><b>A2.3 C1</b> Intégrer les innovations technologiques du marché des industries musicales et du spectacle vivant dans les projets menés, en tenant compte des nouveaux usages (public, concurrents, partenaires...), afin de contribuer à l'évolution du business model de l'entreprise et bénéficier des nouvelles opportunités offertes.</p> <p><b>A2.3 C2</b> Intégrer l'innovation sociale et environnementale (RSE) à ses projets musicaux et de spectacles vivant, en adoptant et diffusant une démarche de responsabilité et de durabilité au sein de l'entreprise, auprès des artistes et des partenaires ou sous-traitants, afin de respecter les règles en vigueur et toucher un public sensible aux sujets RSE (prise en compte du handicap, éco-responsabilité, inclusion, diversité, égalité hommes-femmes...).</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Besoins technologiques : logiciels (billetterie, gestion, production)</li> <li>- Besoins en ressources financières : montant des budgets marketing et promotionnels à investir, liste des sources potentielles de financement (investisseurs, subventions, sponsors..)....</li> </ul> <p>Un budget prévisionnel est établi : prévisions de vente, charges fixes et variables, marges attendues...</p> <p>Le budget est complet, équilibré, et basé sur des estimations réalistes.</p> <p><b>Pour A2.1 C3 :</b> L'analyse des risques couvre les risques principaux/majeurs : financiers, juridiques, disponibilité des ressources, réputationnels, risques de marché ...</p>
<p><b>A2.4</b> Pilotage de la performance des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise</p>	<p><b>A2.4 C1</b> Concevoir un système de suivi de la performance des projets musicaux et de spectacle vivant déployés par l'entreprise, en s'appuyant sur les indicateurs de performance fixés, afin de permettre le suivi, en temps réel, des ventes, de l'audience (trafic, fréquentation...) et des retours du public et des partenaires.</p> <p><b>A2.4 C2</b> Analyser les résultats des différents projets musicaux et de spectacle vivant déployés par</p>		<p>Les risques sont évalués : risque de survenance, impacts (pour l'entreprise, les artistes, les partenaires, les projets...</p> <p>Des mesures d'atténuation pertinentes et réalistes (par rapport au cas, à l'entreprise et aux ressources disponibles) sont proposées : diversification des</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

l'entreprise, au regard des objectifs fixés et du marché, afin de permettre l'ajustement des stratégies et de leur mise en œuvre, dans une démarche d'amélioration continue.

sources de financement, vérification des flux de trésorerie, élaboration de plans alternatifs en cas de défaillance, création de nouveaux outils de pilotage, mise en place d'un plan de crise, externalisation du juridique ...

### **Pour A2.2 C1 :**

Les caractéristiques différenciantes du projet sont correctement identifiées, par exemple :

- Positionnement unique de l'artiste en termes d'univers artistique (son et image),
- Style de performance / de spectacle : spectacle immersif, utilisation de technologies VR...
- Innovations techniques et artistiques : fusion de genres musicaux, collaborations...
- Typologie de tournée ou de festival (jauge des salles ou festivals ...),
- Nombre de dates (tournée intensive ou extensive ...)

Les caractéristiques différenciantes identifiées sont pertinentes au regard de la cible visée.

### **Pour A2.2 C2 :**

Les objectifs commerciaux et marketing définis sont :

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<ul style="list-style-type: none"><li>- Spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes, et temporellement définis</li><li>- Alignés avec la stratégie globale de l'entreprise,</li><li>- En cohérence avec les données de marché et les analyses de cibles.</li></ul> <p><b>Pour A2.2 C3 :</b> La stratégie commerciale proposée est complète, structurée et pertinente au regard du cas et du contexte de l'entreprise et du projet (cible visée notamment).</p> <p>Elle intègre : la tarification (prix des billets, des produits dérivés, des CD, des vinyles, réductions via des offres promotionnelles...), les canaux de distribution en vente directe (billetterie en ligne, points de vente physiques...) et via partenariats (plateformes de billetterie tierces), les modalités de développement des produits et services et de diversification des offres (création de produits dérivés, contenus numériques, offres spéciales, innovations de produits...), les nouveaux canaux de monétisation de la musique ou du concert, les innovations de produits, les moyens de fidélisation ...</p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Le candidat justifie que la stratégie proposée permet de développer les revenus de l'entreprise et la rentabilité des projets menés.</p> <p><b>Pour A2.2 C4 :</b> La stratégie de partenariat proposée tient compte du contexte de l'entreprise et des objectifs de l'entreprise et des partenaires.</p> <p>Les critères de sélection des partenaires sont pertinents au regard du projet, par exemple : potentiel de synergie avec l'entreprise (valeurs, méthodes de travail, objectifs ...) et ses besoins (accès à un nouveau marché, technologie innovante...), réputation, stabilité financière, fiabilité ...</p> <p>Le candidat justifie que les partenariats envisagés permettent d'augmenter la valeur du projet et de diversifier les revenus de l'entreprise et de l'artiste (collections capsules de vêtements marques-artistes, cosmétiques artistes...).</p> <p>Les conditions des partenariats envisagés sont équilibrées.</p> <p><b>Pour A2.2 C5 :</b></p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>La stratégie marketing proposée est complète, structurée et pertinente au regard du cas et du contexte de l'entreprise et du projet (cible visée notamment). Elle se fonde sur le mix marketing : produit, prix, distribution, promotion.</p> <p>La stratégie marketing et communication proposée inclut la définition : du type de campagnes publicitaires on line et off line (TV, radio, affichage, digital, réseaux sociaux), des relations publiques nécessaires (articles de presse, interviews, partenariats médias...), du type de contenus à diffuser, des collaborations et partenariats à visée de co-promotion à mettre en place (marques, influenceurs, artistes ...), les opérations de marketing digital (SEO, SEA...) ...</p> <p>Le candidat justifie que la stratégie proposée permet d'atteindre les objectifs fixés.</p> <p><b>Pour A2.3 C1 :</b> Les propositions sont pertinentes et réalistes (au regard du contexte de l'entreprise, du projet et des ressources disponibles/déployables), par exemple : intégration de la réalité</p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>augmentée dans les spectacles pour améliorer l'expérience des spectateurs, mise en place de plateformes de streaming interactives, utilisation de la blockchain pour sécuriser et vérifier les billets, analyses prédictives des comportements d'achat grâce à l'IA...</p> <p>Le candidat évalue les coûts, ROI et impacts (sur le public, l'entreprise...) de ses propositions.</p> <p><b>Pour A2.3 C2 :</b> Les propositions sont pertinentes et réalistes (au regard du contexte de l'entreprise et de ses enjeux spécifiques en matière de RSE, du projet et des ressources disponibles/déployables), par exemple : adoption de pratiques écoresponsables (réduction/gestion des déchets lors des événements, utilisation de modes de transport moins polluants...), diversité des artistes et équipes impliquées dans le projet, amélioration de l'accessibilité des publics en situation de handicap (aménagement des lieux, dispositifs d'aide auditive...)...</p> <p>Le candidat justifie que la démarche proposée permet à l'entreprise de se conformer aux</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p><b>E2 - Type d'évaluation : Etude de cas portant sur le pilotage de la performance d'un projet musical et de spectacle vivant d'une entreprise donnant lieu à la remise d'un rapport écrit puis à une soutenance orale.</b></p> <p>Il est remis au candidat un cas réel ou fictif, choisi par le centre d'évaluation, présentant un projet musical et de spectacle vivant.</p> <p>Après étude du cas, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concevoir un système de pilotage de la performance du projet permettant le suivi des ventes, de l'audience et des retours du public et des partenaires,</li><li>• Procéder à l'analyse des 1ers résultats du projet présenté.</li></ul> <p>(en lien avec A2.4)</p>	<p>règles en vigueur en matière de RSE.</p> <p><b>Critères pour E2 :</b></p> <p><b>Pour A2.4 C1 :</b> Le candidat justifie que le système de pilotage de la performance du projet permet la collecte de données fiables et à jour.</p> <p>Le système de pilotage permet de visualiser les performances (suivi des ventes, des audiences, des retours du public...) en temps réel (selon faisabilité technique) : tableau de bord de suivi interactif, utilisation de scripts automatisés...</p> <p><b>Pour A2.4 C2 :</b> Les résultats du projet (ventes, audiences, satisfaction...) sont comparés aux objectifs initialement définis et aux tendances de marché.</p> <p>Les écarts de performance sont correctement identifiés et analysés : explication des écarts entre les résultats obtenus et les objectifs</p>
--	--	---	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>Dans le cadre d'un rapport écrit, le candidat décrira le système de pilotage conçu et présentera les résultats de l'analyse réalisée.</p>	<p>fixés, avec des analyses quantitatives (causes sous-jacentes, domaines nécessitant des ajustements...).</p> <p>Les recommandations d'ajustement sont pertinentes au regard des résultats de performance et des causes des écarts identifiées.</p>
--	--	--	--

### 3. Management des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant

<p><b>A3.1</b> Recrutement et constitution des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise</p>	<p><b>A3.1 C1</b> Recruter les futurs collaborateurs et partenaires en charge des projets musicaux et de spectacle vivant, dans le respect de la réglementation applicable (inclusion, diversité, prise en compte du handicap...), des objectifs stratégiques, des budgets et des processus fixés par l'entreprise, en collaboration avec les équipes RH, afin de couvrir l'intégralité des besoins en ressources humaines au regard des projets à mener.</p> <p><b>A3.1 C2</b> Constituer les équipes en charge des différents projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise, en choisissant les professionnels de la création, de la production et/ou du marketing/distribution (en interne et en externe) dont les profils correspondent aux besoins, afin de</p>	<p><b>E1 - Type d'évaluation : Etude de cas portant sur le management d'une équipe en charge d'un projet musical et de spectacle vivant d'une entreprise donnant lieu à la remise d'un rapport écrit puis à une soutenance orale.</b></p> <p>Il est remis au candidat un cas présentant une entreprise ayant des activités dans l'industrie musicale et du spectacle vivant et un projet.</p> <p>Après étude du cas, et à partir des informations communiquées, il lui est demandé de :</p>	<p><b>Critères pour E1 :</b></p> <p><b>Pour A3.1 C1 :</b> Une cartographie des besoins RH est réalisée : compétences, disponibilité...</p> <p>Le cadre normatif applicable à l'entreprise et au processus de recrutement (salariés, prestataires...) est identifié, notamment en matière de RSE (handicap, diversité, non-discrimination...). L'intégralité des besoins en RH pour le projet est couverte.</p>
--	--	---	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A3.2</b> Pilotage des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise</p>	<p>permettre la mise en œuvre des projets, à toutes les phases.</p> <p><b>A3.2 C1</b> Elaborer la feuille de route des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise, en fixant les objectifs et attribuant les missions et tâches de toutes les parties prenantes, afin de permettre la réalisation des actions correspondantes.</p> <p><b>A3.2 C2</b> Superviser les travaux des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant de l'entreprise, en utilisant les techniques managériales adaptées, selon le contexte, et en contrôlant le respect des budgets, de la qualité et des délais, afin de s'assurer de la réalisation conforme des missions confiées.</p> <p><b>A3.2 C3</b> Adapter les méthodes de travail et objectifs des équipes projets aux enjeux RSE de l'entreprise (prise en compte du handicap, inclusivité, égalité homme- femme, durabilité, transition écologique...), en tenant compte des évolutions et tendances du marché des œuvres musicales et du spectacle vivant sur ces thématiques, afin de contribuer au développement de la marque employeur de l'entreprise et lui permettre de rester compétitive face à la concurrence.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer la constitution de l'équipe en charge du projet en choisissant les professionnels nécessaires à la gestion du projet (en lien avec A3.1),</li> <li>• De proposer des modalités de pilotage de l'équipe (élaboration de la feuille de route, supervision des travaux), en tenant compte des enjeux RSE de l'entreprise (en lien avec A3.2).</li> </ul> <p>A l'oral, le candidat soutient son rapport et répond aux questions du jury. Il est notamment interrogé sur les conditions et modalités de recrutement des collaborateurs et partenaires au regard du projet à mener (en lien avec A3.1).</p>	<p><b>Pour A3.1 C2 :</b> Les critères de sélection des membres de l'équipe en charge du projet sont pertinents et respectent la réglementation applicable : compétences, niveau d'expérience et d'expertise, disponibilité, motivation...</p> <p>Tous les besoins du projet sont couverts, sur la totalité de la durée du projet : création, production, diffusion...</p> <p><b>Pour A3.2 C1 :</b> La feuille de route est claire, complète et en cohérence avec les objectifs du projet. Elle contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs,</li> <li>- Les missions et tâches (en distinguant selon les postes, profils et activités attendues) des collaborateurs et prestataires : planification, coordination, création des contenus publicitaires, gestion des campagnes réseaux sociaux, gestion des équipements de sonorisation et d'éclairage...</li> <li>- Les calendriers/échéances de réalisation des missions, en cohérence avec les phases et délais du projet,</li> <li>- Les indicateurs de performance associés.</li> </ul>
<p><b>A3.3</b> Animation des équipes en charge des projets</p>	<p><b>A3.3 C1</b> Conduire des réunions, groupes d'échanges ou entretiens en tenant compte de la diversité existante au sein des équipes (éducative,</p>		

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>musicaux et de spectacle vivant</p>	<p>générationnelle, culturelle, situations de handicap, hommes-femmes ...) et des spécificités de l'industrie musicale et du spectacle vivant, afin de permettre une communication fluide et efficace entre les différents acteurs des projets.</p> <p><b>A3.3 C2</b> Développer la créativité des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant, en encourageant l'émergence d'idées nouvelles et innovantes, afin de favoriser leur agilité et leurs capacités de remise en question et d'adaptation, au bénéfice de projets innovants.</p> <p><b>A3.3 C3</b> Gérer les situations et personnalités difficiles au sein des équipes en charge des projets musicaux et de spectacle vivant, en mobilisant les postures et techniques de communication adaptées (empathie/assertivité, techniques de médiation...) et en favorisant la mise en place d'une communication transparente et collaborative, afin de maintenir un climat apaisé, positif et constructif.</p>		<p>Toutes les activités/missions/tâches associées au projet sont confiées ou déléguées.</p> <p><b>Pour A3.2 C2 :</b> Les modalités de supervision proposées sont adaptées au contexte de l'entreprise, au profil de l'équipe et au projet : mode vertical/transversal, motivation-délégation, reconnaissance, méthodes Agile ...</p> <p>Des points réguliers (entretiens, réunions) avec les collaborateurs sont envisagés pour évaluer les progrès et ajuster les priorités.</p> <p>Les outils de suivi proposés sont pertinents au regard du contexte du cas et des ressources disponibles dans l'entreprise : outils de gestion financière, tableaux de bord, plateformes de gestion de projet, outils collaboratifs de gestion des tâches et de communication...</p> <p><b>Pour A3.2 C3 :</b> Les objectifs proposés sont en adéquation avec les enjeux RSE de l'entreprise : meilleure prise en compte du handicap (accessibilité des salles de spectacle, généralisation des</p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>sous-titres...), de la diversité (parité au sein des artistes lors des programmations, de l'inclusion, des enjeux environnementaux (utilisation d'énergies renouvelables...)</p> <p>Les méthodes de travail proposées sont respectueuses des engagements RSE de l'entreprise, conformes à la réglementation et en cohérence avec les tendances observées dans le secteur des industries musicales et du spectacle vivant : amélioration de l'accessibilité des collaborateurs en situation de handicap (outils avec des fonctionnalités spécifiques, aménagements des locaux...), suivi de la gestion des déchets de l'équipe, mise en place de certifications ou labels, d'actions de sensibilisation ou de formation aux enjeux RSE ...</p> <p>Le candidat justifie que ses actions concourent au développement de la marque employeur de l'entreprise, à son développement durable et à sa compétitivité sur le marché.</p> <p><b><u>Critères pour E2 :</u></b></p> <p><b>Pour A3.3 C1 :</b></p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p><b>E2 : Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle portant sur l'animation d'une équipe en charge du projet musical et de spectacle vivant d'une entreprise donnant lieu à un jeu de rôles.</b></p> <p>Mis en situation professionnelle dans le cadre d'un jeu de rôles, le candidat conduira une réunion d'équipe (jouée par les membres du jury), dans laquelle il devra développer la créativité des collaborateurs. Dans le cadre de la réunion, le candidat devra faire face à une ou plusieurs situations ou personnalités difficiles (en lien avec A3.3).</p> <p>A l'issue du jeu de rôles, le candidat répondra aux questions du jury sur le déroulement de la réunion.</p>	<p>Les temps forts de la réunion sont respectés (selon la thématique) : annonce de l'ordre du jour, règles liées au déroulement (temps de parole, interactions, désignation d'un responsable du CR...) ...</p> <p>Les besoins spécifiques des collaborateurs en situation de handicap sont pris en compte : adaptation du volume de sa voix, aménagement de la salle, utilisation d'outils spécifiques...</p> <p><b>Pour A3.3 C2 :</b> Le candidat propose/utilise une ou plusieurs techniques favorisant le développement de la créativité des équipes : coaching d'équipe, intelligence collective, brainstorming, design thinking, gamification, mind mapping, défis ...</p> <p>Le candidat encourage dans ses propos et ses actions l'émergence des idées nouvelles et les remises en question, sans jugement.</p> <p><b>Pour A3.3 C3 :</b> Le candidat garde son calme (pas d'agressivité ni de stress apparent) et sa neutralité tout au long de la réunion.</p>
--	--	---	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Il accompagne activement la recherche de solutions constructives et l'apaisement : questions pour comprendre, propositions de solutions, recadrages, encouragement à l'expression des sentiments des collaborateurs ...</p> <p>Les postures et techniques de communication du candidat sont adaptées à la situation et aux personnalités des collaborateurs : techniques de communication non violente, bienveillance, empathie, assertivité, techniques de médiation, écoute active (reformulation, questionnement ouvert...) ...</p>
--	--	--	---

### 4. (option) Pilotage des activités opérationnelles du spectacle vivant (concerts, tournées, festivals...)

<p><b>A4.1</b> Prise en compte du cadre juridique spécifique au secteur du spectacle vivant</p>	<p><b>A4.1 C1</b> Analyser le cadre réglementaire spécifique du spectacle vivant (production de spectacles, d'une salle ou d'un festival), ainsi que ses évolutions, afin d'identifier les obligations de l'entreprise, de ses collaborateurs et de ses partenaires et permettre une mise en conformité si nécessaire.</p> <p><b>A4.1 C2</b> Analyser les différents types de contrats du spectacle vivant (contrats commerciaux producteur de spectacle/artiste/salle, contrat entre un festival et une ville...), et les engagements qui y sont associés (pour</p>	<p><b>E1 – Type d'évaluation</b> : Evaluation écrite portant sur le cadre juridique spécifique et les dispositifs de financement du spectacle vivant</p> <p>A travers divers cas et situations présentés, le candidat sera interrogé à l'écrit, dans un temps imparti, sur :</p>	<p><b>Critère pour E1</b> :</p> <p>Un minimum de 70% de réponses correctes est requis.</p>
---	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A4.2</b> Lancement des projets de spectacles vivants</p>	<p>l'entreprise, les artistes...), afin de proposer à ses partenaires des contrats appropriés et conformes, selon les différentes situations.</p> <p><b>A4.1 C3</b> Identifier les impacts de la réglementation financière et fiscale applicable au secteur du spectacle vivant sur les activités et projets de l'entreprise (règles de TVA, modèles économiques des licences...), afin d'en tenir compte dans ses différentes actions (fixation des objectifs et seuils de rentabilité, élaboration des stratégies de vente de billets, négociations avec les partenaires...).</p> <p><b>A4.1 C4</b> Analyser le fonctionnement des sociétés de perception des taxes (CNV) et des sociétés d'auteurs (SACEM...), en identifiant les obligations de l'entreprise, de ses partenaires et des artistes, afin de s'y conformer et ne pas risquer de sanction ni de compromettre la réputation de l'entreprise.</p> <p><b>A4.2 C1</b> Négocier les contrats de spectacle vivant avec les artistes (ou représentants) et les producteurs de spectacles, dans le respect des règles juridiques et éthiques applicables, et des objectifs de l'entreprise, afin d'obtenir les meilleures conditions (notamment financières) pour l'entreprise et les artistes produits ou commercialisés sur scène et permettre le démarrage des projets.</p> <p><b>A4.2 C2</b> Mettre en œuvre les projets de spectacles vivants (tournées, concerts, festival...), en tenant compte de leur ancrage territorial, de leurs spécificités et des liens avec les partenaires privés et publics, dans</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le cadre réglementaire lié à la production de spectacles, d'une salle et d'un festival,</li> <li>- Les obligations des entreprises du secteur du spectacle vivant,</li> <li>- Les différents types de contrats du spectacle vivant,</li> <li>- La réglementation financière et fiscale du secteur du spectacle vivant,</li> <li>- Le fonctionnement des sociétés de perception de taxes et des sociétés d'auteurs</li> </ul> <p>(en lien avec A4.1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sources de financements publics/privés et les aides financières envisageables pour les concerts, tournées et festivals,</li> <li>- Les modalités de constitution et conditions d'attribution des financements et aides</li> </ul> <p>(en lien avec A4.3).</p> <p><b>E2 - Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle portant sur le pilotage des activités opérationnelles d'un spectacle vivant donnant lieu à une soutenance orale</b></p> <p>Il est remis au candidat un dossier présentant un projet de spectacle vivant porté par une entreprise.</p> <p>Après étude du cas, il est demandé au candidat de piloter les activités</p>	<p><b>Critères pour E2 :</b></p> <p><b>Pour A4.2 C1 :</b> Le candidat présente des propositions claires et structurées : obligations contractuelles, aspects logistiques, termes financiers, explication du « partage de la valeur » des contrats....</p>
--	---	---	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A4.3</b> Recherche de financements adaptés aux projets de spectacle vivant</p>	<p>le respect du cahier des charges, en arbitrant les différents choix (techniques, artistiques...) nécessaires afin de soutenir le développement d'un artiste ou d'un genre musical/art vivant sur un territoire.</p> <p><b>A4.3 C1</b> Identifier les différentes sources de financements publics (subventions) ou privés (mécénat) ainsi que les aides financières pouvant être accordés pour les concerts, tournées et festivals, afin de disposer d'une vision globale des dispositifs existants et sélectionner les plus pertinents au regard des caractéristiques des projets menés et des objectifs de l'entreprise.</p> <p><b>A4.3 C2</b> Constituer les dossiers de financement, après étude de leurs conditions d'attribution, en recueillant, constituant et agrégeant les pièces nécessaires, en collaboration avec les autres parties prenantes (Direction générale, DAF, DRH...), afin de permettre leur dépôt puis leur suivi (collecte notamment).</p>	<p>opérationnelles se rapportant au projet et, dans ce cadre, de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procéder aux opérations de lancement et de mise en œuvre du projet (en lien avec A4.2),</li> <li>• Procéder à la planification et à l'organisation du spectacle vivant (programmation, supervision de l'organisation logistique, contrôle du respect des engagements des parties prenantes) (en lien avec A4.4),</li> <li>• Définir les modalités de diffusion, vente et promotion du spectacle (définition du prix et des modalités de vente, développement d'un argumentaire de vente, supervision de la réalisation des campagnes) (en lien avec A4.5),</li> <li>• Procéder à la gestion des revenus du spectacle (définition des modalités de collecte des recettes et évaluation des montants des redistributions des recettes générées (en lien avec A4.6),</li> </ul>	<p>Il explique à ses interlocuteurs les tenants et aboutissants de ses différents propositions. Il répond aux questions posées avec transparence.</p> <p>Il réagit de manière appropriée et proportionnées aux demandes et contre-propositions.</p> <p>Le candidat tient compte du cadre juridique applicable, des objectifs de l'entreprise et des limites imposées (seuil de rentabilité...) dans le cadre de la négociation : absence de propositions non conformes.</p> <p>En cas de blocage, le candidat propose des compromis ou solutions alternatives qui répondent aux besoins de tous et aux enjeux d'équité/d'équilibre.</p>
<p><b>A4.4</b> Planification et organisation des spectacles vivants</p>	<p><b>A4.4 C1</b> Déterminer la programmation des spectacles vivants dans les salles et les festivals, en tenant compte des spécificités de chacun et des contraintes budgétaires et artistiques, afin d'organiser les différentes dates et permettre leur réalisation effective.</p> <p><b>A4.4 C2</b> Superviser l'organisation logistique des spectacles, tournées et festivals, y compris la planification des itinéraires, la réservation de lieux et la coordination entre les professionnels mobilisés</p>	<p>A l'oral, le candidat :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Présentera le projet qu'il a piloté et les résultats de ses travaux au jury,</li> </ol>	<p><b>Pour A4.2 C2 :</b> Le projet intègre et reflète les caractéristiques, valeurs et besoins locaux : implication des acteurs du territoire (privés, publics, partenaires...), respect et promotion du patrimoine local, contribution économique (dépenses locales...) et sociale (engagement de la communauté locale...) ...</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A4.5</b> Diffusion, vente et promotion des spectacles vivants</p>	<p>(techniciens, décorateurs, et autres partenaires), afin de s'assurer de la bonne réalisation des missions par les parties prenantes aux projets et le respect des budgets alloués.</p> <p><b>A4.4 C3</b> Contrôler l'exécution conforme, par l'entreprise, ses collaborateurs et ses partenaires, des contrats signés dans le cadre des projets de spectacles vivants (salle, festival, promoteurs locaux, organisateurs...), afin de sécuriser les différents engagements et éviter les risques de contentieux.</p> <p><b>A4.5 C1</b> Définir les prix et modalités de vente des spectacles vivants en BtoB ou BtoC, en tenant compte du niveau de risque pour l'entreprise et dans le respect de la réglementation applicable, afin d'atteindre les résultats financiers attendus.</p> <p><b>A4.5 C2</b> Développer un argumentaire de vente des spectacles vivants de l'entreprise, en s'appuyant sur leurs caractéristiques différenciantes (innovations technologiques, pratiques durables et responsables lors de l'événement, partenariats avec les marques, égalité hommes-femmes dans la programmation artistique...), afin d'attirer le public ciblé et permettre la vente au meilleur prix.</p> <p><b>A4.5 C3</b> Superviser la réalisation des campagnes promotionnelles des spectacles vivants (tournées, concerts, festivals...), en veillant à la prise en compte des cibles en situation de handicap, afin de développer les ventes et assurer l'adhésion du public et des professionnels du secteur.</p>	<p>en s'appuyant sur une présentation écrite projetée, de type power point,</p> <p>2) Sera soumis à un jeu de rôles portant sur la négociation du contrat de spectacle vivant liant l'entreprise (qu'il représente) à un artiste et un producteur de spectacles, joués par les membres du jury (en lien avec A4.2).</p>	<p>Le candidat justifie que le projet contribue au développement de l'artiste/du genre musical/de spectacle vivant sur le territoire.</p> <p>Les spécificités du projet sont respectées et valorisées : live éco-responsable, concert avec expérience immersive, égalité hommes-femmes ...</p> <p>Le cahier des charges est respecté.</p> <p><b>Pour A4.4 C1 :</b> La programmation proposée est en adéquation avec les spécificités des salles et festivals : capacité, acoustique, type de public ...</p> <p>Les contraintes budgétaires sont respectées (budgets prévisionnels, frais réels) : cachets des artistes, logistique, frais annexes...</p> <p>La programmation est variée et attractive : elle répond aux attentes du public cible, intégration d'artistes de différents genres et styles.</p> <p>Le calendrier est précisément établi (dates et lieux des spectacles) et en coordination avec les artistes et partenaires.</p>
---	--	---	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A4.6</b> Gestion des revenus des spectacles vivants</p>	<p><b>A4.6 C1</b> Collecter les recettes des spectacles vivants gérés (billetterie, partenariats ...), en en vérifiant le montant et en veillant au respect des règles financières et fiscales applicables, afin de permettre l'évaluation des revenus de chacune des parties prenantes.</p> <p><b>A4.6 C2</b> Evaluer les montants des redistributions des recettes générées par les spectacles vivants gérés, en s'appuyant sur les conditions contractuelles applicables, en collaboration avec la Direction financière et les experts comptables de l'entreprise, afin d'en permettre la répartition conforme.</p>		<p><b>Pour A4.4 C2 :</b> Sont vérifiés :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La planification des itinéraires : vérification de leur organisation et de leur optimisation (coûts, temps de trajet...),</li><li>- La réservation des lieux : contrats et conditions signés, confirmation des réservations...</li><li>- La disponibilité des différentes ressources humaines (y compris les prestataires) ainsi que les missions attribuées : clarté du briefing, confirmation des dates...</li></ul> <p>Les coûts logistiques sont suivis : vérification du respect des limites budgétaires établies et identification des éventuels écarts.</p> <p><b>Pour A4.4 C3 :</b> Le candidat s'assure de l'exécution conforme des contrats par toutes les parties prenantes : cachets des artistes, obligations des parties, paiement des prestataires, délais de livraison et d'installations techniques...</p> <p>Le candidat justifie avoir maintenu une communication claire, régulière et transparente avec les</p>
---	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>différentes parties prenantes pour sécuriser les engagements et les relations : emails, comptes-rendus de réunions, réunions...</p> <p><b>Pour A4.5 C1 :</b> Les prix et modalités de vente sont précisément définis : billetterie, vente de produits dérivés, partenariats d'affichage commercial avec les marques...</p> <p>Ils s'appuient sur des critères pertinents tirés de l'analyse du marché et de la concurrence et sont ajustés en fonction des caractéristiques spécifiques du projet (type de spectacle, marché local...).</p> <p>La tarification permet une marge bénéficiaire conforme aux estimations et prévisions.</p> <p>Les prix et modalités de vente respectent la réglementation applicable (par exemple la protection des consommateurs).</p> <p><b>Pour A4.5 C2 :</b> L'argumentaire de vente :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Est pertinent par rapport aux caractéristiques différenciantes et points</li></ul>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>forts du projet : mise en avant des points forts artistiques de l'artiste et de son spectacle, des innovations technologiques utilisées dans le spectacle, des pratiques durables et des partenariats avec des marques renommées et respectueuses de la RSE...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Est adapté au public et aux segments de marché ciblés (type, tarif...) : jeunes adultes, familles, entreprises...)</li></ul> <p><b>Pour A4.5 C3 :</b> Un calendrier de campagnes marketing et promotionnelles est établi : dates clés pour le lancement, rappels, promotions ...</p> <p>Les campagnes tiennent compte des enjeux d'inclusivité et d'accessibilité des publics en situation de handicap : sous-titres dans les vidéos, descriptions audios dans les publicités...</p> <p>Des datas du public sont collectées afin d'établir des campagnes ciblées (CRM customer relationships management)</p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Des ajustements sont envisagés au regard des résultats des campagnes : nouvelles campagnes, nouveaux arguments de vente, nouveaux tarifs, nouveaux canaux de communication ...</p> <p><b>Pour A4.6 C1 :</b> Les modalités de collecte établies/choisies sont sécurisées et conformes aux obligations comptables et fiscales : systèmes de billetterie, de paiement en ligne...</p> <p>L'évaluation des revenus des différentes parties prenantes est correcte.</p> <p><b>Pour A4.6 C2 :</b> Les montants des redistributions sont conformes aux conditions contractuelles.</p> <p>Les calculs des montants à redistribuer sont corrects.</p>
--	--	--	---

**5 (OPTION) – Pilotage des activités opérationnelles des industries musicales (musique enregistrée, édition musicale et management d'artiste)**

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A5.1</b> Prise en compte du cadre juridique spécifique au secteur des industries musicales</p>	<p><b>A5.1 C1</b> Analyser le cadre réglementaire spécifique du secteur des industries de la musique enregistrée, des éditions musicales et du management d'artistes, ainsi que ses évolutions, afin d'identifier les obligations de l'entreprise, de ses collaborateurs et de ses partenaires et permettre une mise en conformité si nécessaire.</p> <p><b>A5.1 C2</b> Analyser les différents types de contrats du secteur des industries de la musique enregistrée, des éditions musicales et du management d'artistes et les engagements qui y sont associés (pour l'entreprise, les artistes, pour les sociétés de gestion collective...), afin de proposer des contrats appropriés, conformes et qui répondent aux objectifs de l'entreprise, selon les différentes situations.</p> <p><b>A5.1 C3</b> Analyser le fonctionnement des sociétés de gestion collective (SACEM, SCPP, SPPF, ADAMI ...), en identifiant les obligations spécifiques de l'entreprise, de ses partenaires et des artistes, afin de répondre aux obligations et ne pas risquer de compromettre la situation et/ou la réputation de l'entreprise.</p>	<p><b>E1 – Type d'évaluation : Evaluation écrite portant sur le cadre juridique spécifique au secteur des industries musicales</b></p> <p>A travers divers cas et situations présentés, le candidat sera interrogé à l'écrit, dans un temps imparti, sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le cadre réglementaire du secteur de la musique enregistrée, des éditions musicales et du management d'artistes,</li> <li>- Les différents types de contrats du secteur,</li> <li>- Le fonctionnement des sociétés de gestion collective.</li> </ul> <p>(en lien avec A5.1)</p> <p><b>E2 - Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle portant sur le pilotage des activités opérationnelles d'un projet musical (musique enregistrée, édition musicale et management d'artiste)</b></p> <p>Il est remis au candidat un dossier présentant un artiste et un projet musical.</p> <p>Après étude du cas, le candidat :</p> <p><u>1. Est mis en situation professionnelle dans le cadre d'un jeu de rôles portant sur la</u></p>	<p><b>Critère pour E1 :</b></p> <p>Un minimum de 70% de réponses correctes est requis.</p> <p><b>Critères pour E2 :</b></p> <p><b>Pour A5.2 C1 :</b> Le volume estimé est réaliste et tient compte des indicateurs et ratios de l'entreprise.</p> <p>Le chiffre d'affaires est correctement calculé.</p> <p><b>Pour A5.2 C2 :</b> L'argumentaire développé :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met en avant les atouts de l'entreprise : réussites passées, ressources disponibles, avantages</li> </ul>
<p><b>A5.2</b> Recherche d'artistes et mise en place de nouvelles collaborations</p>	<p><b>A5.2 C1</b> Evaluer le volume d'artistes interprètes potentiels à développer, en s'appuyant sur des indicateurs et seuils de rentabilité de l'entreprise, afin de déterminer le chiffre d'affaires à réaliser.</p> <p><b>A5.2 C2</b> Déployer un argumentaire ciblé en démontrant ses compétences et valeur ajoutée, ainsi que les atouts de l'entreprise, en s'appuyant sur ses qualités relationnelles et professionnelles, afin de</p>	<p>Après étude du cas, le candidat :</p> <p><u>1. Est mis en situation professionnelle dans le cadre d'un jeu de rôles portant sur la</u></p>	<p>Le chiffre d'affaires est correctement calculé.</p> <p><b>Pour A5.2 C2 :</b> L'argumentaire développé :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Met en avant les atouts de l'entreprise : réussites passées, ressources disponibles, avantages</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A5.3</b> Soutien au développement artistique et de carrière des artistes</p>	<p>recueillir l'adhésion d'un artiste et obtenir son accord pour un contrat (de management, de label, d'édition...).</p> <p><b>A5.2 C3</b> Négocier les droits et le partage des revenus associés, entre l'entreprise et les artistes dont la signature est envisagée (ou leurs représentants), en basant le calcul sur les prévisions de revenus, dans le respect des seuils fixés par l'entreprise, afin de permettre la rédaction des contrats correspondants.</p> <p><b>A5.3 C1</b> Analyser les attentes des artistes signés et les caractéristiques et spécificités de leur musique, afin de définir leur style et leur projet artistique et concevoir une identité forte en cohérence avec le marché des industries musicales et les ambitions stratégiques de l'entreprise.</p> <p><b>A5.3 C2</b> Elaborer des plans d'actions en soutien des objectifs de carrière des artistes signés, en définissant les moyens humains, matériels et financiers nécessaires à leur réalisation, et en y associant des indicateurs de performance, afin de permettre leur mise en œuvre et assurer le développement du chiffre d'affaires de l'entreprise et des revenus et notoriété des artistes.</p> <p><b>A5.3 C3</b> Repérer les œuvres, artistes, interprètes, auteurs et compositeurs avec lesquels il est pertinent de collaborer dans le cadre du soutien de la carrière des artistes signés, afin d'en permettre le développement.</p>	<p>recherche d'artistes et la mise en place de nouvelles collaborations.</p> <p>Dans le cadre du jeu de rôles, face à un artiste (joué par un membre du jury), il lui est demandé de développer un argumentaire afin d'obtenir son accord pour un contrat et de procéder à la négociation des droits et du partage des revenus dans le respect des seuils fixés par l'entreprise (en lien avec A5.2),</p> <p>A l'issue du jeu de rôles, le candidat répond aux questions du jury. Il est notamment interrogé sur l'évaluation du volume d'artistes interprètes à développer pour réaliser le chiffre d'affaires attendu par l'entreprise (en lien avec A5.2).</p> <p><u>2. Prend en charge le pilotage des activités opérationnelles du projet</u>, et dans ce cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse les attentes de l'artiste présenté dans le cas et les caractéristiques et spécificités de sa musique,</li> <li>• Conçoit une identité basée sur son style musical, en cohérence avec le marché des industries musicales et les ambitions stratégiques de l'entreprise,</li> </ul>	<p>spécifiques pouvant être offerts par rapport à la concurrence...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Est adapté à l'artiste, ses besoins et ses caractéristiques propres.</li> </ul> <p>La communication du candidat est adaptée au contexte de négociation, aux enjeux et au type de personnalité de l'artiste et propice à l'établissement d'un lien de confiance : écoute active, capacité à créer du lien humain, intelligence émotionnelle, utilisation des méthodes DISC ou CNV...</p> <p>Le candidat démontre à l'artiste sa capacité à l'accompagner dans son développement artistique et sa notoriété : adaptation de ses méthodes de travail et outils, analyse des tendances et intégration dans les pratiques, prise en compte des enjeux et besoins spécifiques de l'artiste ...</p> <p>Le contrat visé (de management, de label, d'édition...) est expliqué à l'artiste : conditions, modalités...</p> <p><b>Pour A5.2 C3 :</b> Les estimations de revenus potentiels sont basées sur les données de marché et les</p>
--	---	---	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A5.4</b> Protection des œuvres et des intérêts des artistes de l'industrie musicale</p>	<p><b>A5.3 C4</b> Accompagner les artistes signés, tout au long de leur processus de création (dans la réalisation effective de la création, en studio, lors de la préfiguration, lors des répétitions...) et dans leur relation avec leurs autres partenaires (label, éditeur, tourneur, marque...), en leur apportant des conseils et le soutien nécessaire à leur développement, à la préservation de leurs intérêts et au maintien de leur motivation.</p> <p><b>A5.4 C1</b> Assurer la protection des œuvres musicales des artistes signés, en supervisant les formalités de dépôt auprès des organismes habilités (SACEM, ...) afin de sécuriser, au moyen de preuves légales, la paternité et la date de création des œuvres musicales par les artistes signés (artistes-interprètes, auteurs-compositeurs).</p> <p><b>A5.4 C2</b> Piloter les négociations des contreparties financières liées à l'utilisation des œuvres musicales des artistes signés (par les producteurs audiovisuels, radios, marques, ...), à leur droit à l'image et aux produits dérivés, dans le respect de la réglementation applicable, afin de défendre les œuvres et les intérêts (notamment financiers) des artistes et de l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabore un plan d'actions en soutien des objectifs de sa carrière artistique,</li> <li>• Identifie les œuvres, artistes, interprètes, auteurs et compositeurs avec lesquels il convient de collaborer dans le cadre du soutien de sa carrière,</li> <li>• Décrit les modalités d'accompagnement et de développement de l'artiste tout au long de la collaboration (processus de création, relations avec les partenaires...)</li> </ul> <p>(en lien avec A5.3)</p>	<p>prévisions financières et correctement réalisées.</p> <p>Les termes du contrat (notamment le partage des revenus) sont clairement établis, expliqués/justifiés et communiqués avec transparence.</p> <p><b>Pour A5.3 C1 :</b> Les objectifs et attentes de l'artiste sont établis avec précision : objectifs à court/moyens termes (sortie d'un album, objectif de notoriété ou de positionnement de l'artiste, participation à des festivals, collaboration avec d'autres artistes...) et de carrière, préférences artistiques, besoins spécifiques...</p>
<p><b>A5.5</b> Construction d'audience autour des œuvres musicales des artistes signés</p>	<p><b>A5.5 C1</b> Créer et développer le packaging, les outils marketing et les produits dérivés des œuvres musicales, en collaboration avec les autres parties prenantes (agences artistiques, publicitaires...), afin de promouvoir l'image des artistes signés, dans le</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définit les moyens et modalités de protection des œuvres et des intérêts de l'artiste,</li> <li>• Définit les modalités (marketing, communication) de construction d'une audience autour des œuvres musicales de l'artiste,</li> <li>• Procède à la gestion et à l'optimisation des revenus de l'artiste</li> </ul> <p>(en lien avec A5.4)</p> <p>(en lien avec A5.5).</p> <p>(en lien avec A5.6).</p>	<p>Le style artistique de l'artiste est correctement défini/caractérisé grâce à ses éléments différenciants : voix distinctive, approche innovante de la production, influences culturelles spécifiques...</p> <p>Le candidat justifie que l'identité artistique et le projet artistique proposés sont pertinents au regard du marché, des objectifs de l'artiste et des ambitions stratégiques de l'entreprise.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p><b>A5.6</b> Gestion et optimisation des revenus des artistes signés</p>	<p>respect des budgets alloués, et contribuer ainsi à leur développement et à la croissance de leurs revenus.</p> <p><b>A5.5 C2</b> Exploiter les réseaux sociaux et les relations presse, en veillant à la qualité des messages transmis et à leur accessibilité, notamment par les destinataires en situation de handicap, afin d'augmenter l'audience autour des artistes signés, améliorer leur image, leur e-réputation et leur communication auprès du public, ainsi que leurs revenus.</p> <p><b>A5.6 C1</b> Arbitrer les opportunités de prestations et de cachets des artistes signés, selon les œuvres musicales en présence et les objectifs de l'entreprise, afin de remplir leur « booking » et permettre d'organiser la logistique associée (déplacements, relations presse, ...).</p> <p><b>A5.6 C2</b> Mener les phases de négociation et de rédaction des contrats relatifs aux œuvres musicales des artistes signés (édition, production, merchandising, ...), en veillant au respect de la réglementation applicable, afin de garantir la perception de revenus (artistes) et de chiffre d'affaires (entreprise) en cohérence avec les objectifs fixés.</p> <p><b>A5.6 C3</b> Définir les moyens de monétisation des œuvres musicales des artistes signés à travers la distribution et le licensing, afin d'élargir les sources de revenus de l'entreprise et des artistes.</p>	<p>A l'oral, le candidat présentera le projet qu'il a piloté et les résultats de ses travaux au jury, en s'appuyant sur une présentation écrite projetée, de type power point,</p>	<p><b>Pour A5.3 C2 :</b> Le plan d'actions est complet. Il comporte notamment : les ressources humaines (équipe de management, de production, marketing et communication, juridique...), matérielles (studio, équipement de scène, supports promotionnels, espaces de répétition...) et financières nécessaires, les budgets correspondants, les délais de réalisation, les indicateurs de performance.</p> <p>Les KPI fixés permettent le suivi de la progression des objectifs de l'artiste.</p> <p>Le candidat justifie que le plan d'actions établi permet d'assurer le développement du chiffre d'affaires de l'entreprise et des revenus et notoriété de l'artiste.</p> <p><b>Pour A5.3 C3 :</b> La liste des artistes et œuvres repérés est pertinente au regard de l'identité artistique de l'artiste, de ses ambitions et des objectifs de l'entreprise.</p> <p>Le candidat justifie le potentiel de collaboration à l'appui de critères précis : nouveaux talents, tendances</p>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

**A5.6 C4** Analyser les revenus perçus par les artistes signés (commerciaux, royalties ...) et les diffusions on-line officielles ou non autorisées, afin d'en exploiter les résultats et identifier des axes d'amélioration et de développement économique possibles.

**A5.6 C5** Contrôler la collecte directe ou indirecte (auprès des sociétés de gestion collective) des revenus générés, en conformité avec les contrats signés par l'entreprise, afin d'en permettre la redistribution aux artistes-interprètes, auteurs-compositeurs ou à leurs représentants/ayants-droits (sous forme de redevances, royalties...).

musicales, complémentarité avec l'artiste signé...

**Pour A5.3 C4 :**

Le candidat explique les objectifs de l'accompagnement proposé : soutien au processus de création et d'écriture en lui proposant des collaborations avec d'autres auteurs compositeurs , encouragement lors des sessions d'enregistrement et des répétitions, transmission d'un feedback constructif, délivrance de conseils personnalisés sur l'image (clip, pochette...), accompagnement dans la gestion des relations avec les partenaires (choix du producteur de spectacles, du prestataire de merchandising...).

Le candidat envisage de recueillir l'accord de l'artiste pour l'accompagnement proposé.

Le candidat envisage de transmettre son expertise à l'artiste : tendances musicales, attentes des partenaires, connaissance du secteur ...

**Pour A5.4 C1 :**

Les modalités de protection sont pertinentes au regard des enjeux, de la réglementation et du contexte : vérification de la bonne

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>réalisation et de la conformité des formalités de dépôt, vérification du dépôt de l'intégralité des œuvres auprès des organismes compétents, tenue d'un registre en permanence à jour ...</p> <p>Le candidat justifie la sécurisation des œuvres et de l'artiste : paternité, date ...</p> <p><b>Pour A5.4 C2 :</b> Les contreparties financières envisagées sont en conformité avec :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les normes du marché,</li><li>- La réglementation applicable (textes, contrats, normes de l'entreprise...).</li></ul> <p><b>Pour A5.5 C1 :</b> Les outils marketing, packaging et produits dérivés proposés (pochettes et livrets d'album, packaging collector, teasing vidéo, blog, newsletter, vêtements et accessoires...) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sont cohérents par rapport aux enjeux du projet et aux tendances du marché,</li><li>- Reflètent l'identité artistique de l'artiste et</li></ul>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>correspondent à son positionnement,</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Répondent aux enjeux d'innovation.</li></ul> <p>Les budgets alloués et planning sont respectés.</p> <p>Le candidat justifie que les propositions faites contribuent au développement des artistes et à la croissance de leurs revenus.</p> <p><b>Pour A5.5 C2 :</b></p> <p>Les messages transmis :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sont clairs, cohérents et alignés avec l'image de l'artiste,</li><li>- Accessibles aux publics en situation de handicap : sous-titres, descriptions audios ...</li><li>- Permettent d'augmenter l'audience et la réputation de l'artiste : suivi et analyse des résultats obtenus (nombre de likes, partages, commentaires, taux d'engagement, nombre de mentions dans les médias ...),</li></ul> <p>Le candidat envisage d'analyser les ventes avant et après les campagnes de communication pour évaluer leur impact financier.</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p><b>Pour A5.6 C1 :</b> Les opportunités de prestations et de cachets sont :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- En alignement avec les objectifs de l'entreprise,</li><li>- Réalistes et rentables.</li></ul> <p><b>Pour A5.6 C2 :</b> Les clauses contractuelles envisagées :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sont en conformité avec le cadre juridique applicable,</li><li>- Permettent la protection des revenus et leur juste répartition : répartition équitable des revenus entre l'artiste et l'entreprise,</li><li>- Sont claires et sans ambiguïté rédactionnelle.</li></ul> <p><b>Pour A5.6 C3 :</b> Les moyens de monétisation sont en cohérence avec le contexte et sont diversifiés : réseaux sociaux, TikTok, YouTube, jeux vidéo, podcast, streaming, IA...</p> <p>Le candidat justifie que les moyens définis permettent l'augmentation des revenus de l'artiste et de l'entreprise.</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>Les conditions de licensing envisagées sont avantageuses pour l'artiste et l'entreprise et respectent les objectifs financiers définis.</p> <p><b>Pour A5.6 C4 :</b> L'analyse des revenus est complète : identification de la performance des revenus (sous-performances et surperformances) à partir d'indicateurs précis (taux de skip, pourcentage de téléchargement dans la bibliothèque de l'éditeur, nombre d'abonnés à l'artiste...), justification des résultats (par exemple, absence des playlists cohérentes au regard du genre musical, vinyle non livré dans les délais, clip banni d'un réseau social du fait d'un bug technique ou d'un problème de format...).</p> <p>Le candidat repère et évalue les revenus illégaux générés : recherches, recours à des prestations externes...</p> <p>Les moyens de contrer les revenus illégaux sont pertinents par rapport aux estimations et aux ressources disponibles (humaines, techniques, technologiques, financières) : requête aux moteurs</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>de recherche pour suppression des liens, mise en demeure envoyés aux plateformes...</p> <p>Les axes d'amélioration des revenus sont pertinents par rapport aux difficultés identifiées et aux explications données des sous-performances, par exemple : changement de visuel pour une meilleure accroche, changement artistique (déplacement du refrain au début de la chanson...), mise en place d'une nouvelle opération marketing permettant l'identification de l'artiste...</p> <p><b>Pour A5.6 C5 :</b> Le processus de vérification proposé par le candidat est précis et permet d'identifier les éventuelles erreurs : estimation des revenus et de leur répartition entre les parties prenantes, comparaison avec les chiffres des sociétés de gestion collective et de l'entreprise</p> <p>Il s'assure que les données des systèmes d'information de l'entreprise et permettant le paiement de l'artiste sont correctes.</p>
--	--	--	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

