

Profil de Compétences

*DÉVELOPPEMENT,
MISE EN MARCHÉ
ET DISTRIBUTION*

dans l'industrie de la musique

Une analyse de compétences

www.crhsculturel.ca



Conseil
des ressources humaines
du secteur culturel

Cultural
Human Resources
Council

Compétences recommandées pour

le Développement, la mise en
marché et la distribution dans
l'industrie de la musique

PROFIL DE COMPÉTENCES

Ce projet est financé par
le gouvernement du
Canada par l'entremise du
Programme des conseils
sectoriels

Canada

Conseil des ressources humaines du secteur culturel

17, rue York, pièce 201
Ottawa (Ontario) K1N 9J6
Téléphone : (613) 562-1535 / 1-866-562-1535
Télécopieur : (613) 562-2982
Courriel : info@crhsculturel.ca
Site Web : www.crhsculturel.ca



**Cultural Human
Resources Council**

**Conseil des
ressources humaines
du secteur culturel**

Dans le présent document, le masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte

LIMITATION DE RESPONSABILITÉ

Recommandations sur les compétences attendues d'un individu assumant des responsabilités dans le domaine du DÉVELOPPEMENT, DE LA MISE EN MARCHÉ ET DE LA DISTRIBUTION DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE – Profil de compétences © Conseil des ressources humaines du secteur culturel,

Version 1.1, 2006.

Tous droits réservés.

De nombreux représentants du secteur culturel canadien ont généreusement participé à la préparation de ce **Profil de compétences**. Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel espère que ces informations seront utiles et faciles à consulter, mais les fournit « telles quelles ». Il n'offre aucune garantie concernant lesdites informations et ne fait aucune représentation par leur publication. Le CRHSC rejette toute responsabilité, quelle qu'elle soit, découlant de l'utilisation, ou l'impossibilité d'utiliser ces informations.

Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du CRHSC et du gouvernement du Canada.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION | 4
SOMMAIRE – CHARTE DES COMPÉTENCES | 6

PROFIL DE COMPÉTENCES | 8

- A. DÉVELOPPER UNE VISION D'ENTREPRISE | 9**
- B. OBTENIR DU FINANCEMENT | 10**
- C. DÉNICHER DES TALENTS | 13**
- D. DÉVELOPPER DES TALENTS ET ÉLABORER DES PROJETS | 15**
- E. SUPERVISER UN PROJET D'ENREGISTREMENT | 17**
- F. COMMERCIALISER UNE ÉTIQUETTE, DES ARTISTES ET DES PRODUITS | 20**
- G. EXPLOITER LES DROITS SUR L'ENREGISTREMENT SONORE | 31**
- H. GÉRER DES RESSOURCES FINANCIÈRES | 33**
- I. EFFECTUER DES TÂCHES ADMINISTRATIVES | 36**
- J. GÉRER LES RESSOURCES HUMAINES | 37**
- K. TROUVER DE NOUVEAUX APPORTS CONTINUS DE REVENU | 41**

.... ET POUR EXERCER LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES ÉNUMÉRÉES CI-DESSUS, UN INDIVIDU ASSUMANT DES RESPONSABILITÉS DANS LE DOMAINE DU **DÉVELOPPEMENT, DE LA MISE EN MARCHÉ ET DE LA DISTRIBUTION DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE** DOIT POUVOIR.... :

- L. DÉMONTRER DES HABILITÉS DE COMMUNICATION | 44**
- M. DÉMONTRER DES COMPÉTENCES PERSONNELLES | 46**

INTRODUCTION

Ce document présente les résultats d'une analyse professionnelle (1) sur le rôle du **Développement, de la mise en marché et de la distribution dans l'industrie de la musique**. On y décrit l'ensemble des compétences qui sont requises de la part d'un individu qui exerce un tel rôle dans le secteur culturel.

Cette étude a été proposée et coordonnée par le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) grâce au soutien financier du gouvernement du Canada par l'entremise du Programme des conseils sectoriels.

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (www.crhsculturel.ca) est un organisme national dont le rôle est de renforcer la main-d'œuvre culturelle canadienne et d'améliorer l'environnement en ressources humaines dans le secteur culturel. Le Conseil s'efforce d'être à l'avant-garde en termes de réflexion et de vision dans le développement des ressources humaines culturelles. Les membres du CRHSC incluent des artistes pigistes, des travailleurs culturels et des organisations artistiques dans les diverses disciplines du secteur culturel.

CONTEXTE

Le ministère du Patrimoine canadien a identifié la présence de sérieuses lacunes en ce qui concerne les compétences administratives et commerciales dans l'industrie de la musique. Cette situation a été confirmée d'une part par des praticiens du domaine et d'autre part par des évaluations formatives menées par le personnel de ce ministère. Les membres du Conseil canadien de la musique ont en outre reconnu que la formation dans l'industrie de la musique constitue un enjeu majeur, particulièrement en ce qui a trait à la formation dans les domaines du droit d'auteur et des nouvelles technologies.

Au printemps 2005, le comité directeur de l'industrie de la musique du CRHSC a identifié 6 fonctions professionnelles appartenant au volet administratif et commercial de l'industrie de la musique qui présentent des lacunes en ce qui a trait à la formation qualifiante – la plupart du temps, les individus occupant ces fonctions en ont appris les rudiments sur le tas. Ces fonctions sont : directeur, directrice de maison de disque, imprésario, agent, agente artistique, producteur musical, productrice musicale, promoteur, promotrice et éditeur musical, éditrice musicale

Le **Profil de compétences** doit être utilisé en lien avec la **Charte des compétences** pour le **Développement, la mise en marché et la distribution dans l'industrie de la musique**.

Sur un plan individuel, la **charte** et le **profil** peuvent être utilisés pour s'autoévaluer et déterminer les compétences nécessitant un perfectionnement. D'un point de vue organisationnel, ces documents peuvent servir à définir des profils de postes, élaborer des programmes de développement professionnel, négocier le développement, l'achat et l'adaptation des programmes de formation, élaborer des programmes de planification de carrière, élaborer des descriptions de postes et établir des profils à des fins de recrutement

Pour commander une publication du CRHSC, y compris *L'art de gérer sa carrière*, visitez le site <http://www.crhsculturel.ca> ou écrivez à : info@crhsculturel.ca

Le CRHSC a entrepris de faire l'analyse de chacune de ces fonctions et de développer une stratégie nationale pour répondre aux besoins en matière de formation.

La **charte** et le **profil de compétences** pour le **Développement, la mise en marché et la distribution dans l'industrie de la musique** ont été élaborés par des experts praticiens, c'est-à-dire par « des personnes qui exécutent des tâches opérationnelles et administratives dans une maison de disques qui produit et vend des enregistrements sonores ».

- 1) Les expressions « analyse professionnelle » et « profil de compétences » sont considérées comme des synonymes et sont donc utilisés sans distinction dans le cadre du présent document.

MÉTHODOLOGIE

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) a eu recours à la méthode DACUM (Developing a Curriculum) pour réaliser cette analyse professionnelle. Un des principes directeurs de la méthode DACUM consiste à mettre à contribution un groupe d'experts praticiens pour qu'ils identifient les compétences qu'ils doivent démontrer dans l'exercice de leur métier ou de leur profession.

Ensemble, la **Charte des compétences** et le **Profil** comprennent **quatre** niveaux d'analyse :

1. Une série de **champs de compétences**. Un champ de compétences représente une fonction ou une responsabilité majeure dans une profession, un métier ou un emploi donné. Nous avons distingué deux types de champs de compétences : les champs de **compétences professionnelles** (voir les sections A jusqu'à K) et les champs de **compétences générales** (voir les sections L et M).
2. Chacun des champs a ensuite été ventilé en **compétences**. Un énoncé de compétence, à l'instar des champs de compétences, est défini en termes comportementaux et débute par un verbe d'action.
3. Chaque compétence est à son tour « décortiquée » en **tâches spécifiques** (voir les sections A jusqu'à K) ou en **principales habiletés** (voir les sections L et M). L'identification des tâches spécifiques ou des principales habiletés constitue une étape d'analyse qui se situe en quelque sorte à mi-chemin entre l'analyse globale d'une compétence donnée et l'analyse détaillée des actions qui sont associées à l'exercice de cette compétence.
4. On retrouve enfin une liste non exhaustive d'**actions clés** et de **compétences générales** qui peuvent constituer un ensemble de critères pour évaluer les compétences.

REMERCIEMENTS

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel tient à remercier pour leur contribution :

LE GROUPE DE TRAVAIL

Robert D'Eith, Spark Music Inc. (BC)
Jean-Francois Denis, Diffusion I Média (QC)
Dane Deviller, Banana Toons Productions/ Shred Records (BC)
Brandon Friesen, 441 Studios Ltd. (MB)
Johanne Goyette, Atma classique (QC)
Sean Hosein, Banana Toons Productions/Shred Records (BC)
Rick Kilburn, Chelsea Bridge Records (BC)
Marc LaFrance, Delinquent Records (BC)
John Maclean, The Factory Studios (BC)
Shannon Martin, Boompa Records (BC)
Debbie Peters, Magnum Opus Management (YK)
Kate Wattie, Tonic Records (BC)

LE COMITÉ DIRECTEUR

Richard Hornsby, Président du comité directeur, Université du Nouveau-Brunswick (NB)
Eddy Bayens, travailleur autonome (AB)
Catharine Saxberg, Association canadienne des éditeurs de musique (ON)
Pierre Blanchet, l'ADISQ (QC)
George Blondheim, travailleur autonome (AB)
Sylvie Gamache, Conseil québécois de la musique (QC)
Brian Hetherman, Cerberus Artist Management / Curve Music (ON)
Alvin Jahns, Stony Plain Recording Co. Ltd. (AB)
Geoff Kulawic, Linus Entertainment Inc. (ON)
Andrée Ménard, MusicAction (QC)
Heather Ostertag, FACTOR (ON)
Chip Sutherland, Patterson Palmer Law Firm, (NS)

ÉQUIPE DE SOUTIEN

Susan Annis, Directrice générale, CRHSC
Manon Turcotte, Gestionnaire de projets, CRHSC
Pierre Morin, Consultant et facilitateur DACUM
Jeanne Villeneuve, Traductrice
Lynne Lalonde, Conseil-expert

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

A. DÉVELOPPER UNE VISION D'ENTREPRISE

1. Évaluer le marché potentiel d'un créneau
2. Définir le créneau
3. Élaborer un plan d'affaires

B. OBTENIR DU FINANCEMENT

1. Examiner des possibilités de financement public et privé
2. Trouver des investisseurs
3. Obtenir du crédit
4. Profiter d'incitatifs fiscaux
5. Obtenir des subventions

C. DÉNICHER DES TALENTS

1. Faire de la publicité pour recruter des artistes
2. Assister à des concerts, événements promotionnels (*showcases*) et conférences
3. Évaluer des démos
4. Faire passer des auditions
5. Engager un, une artiste

D. DÉVELOPPER DES TALENTS ET ÉLABORER DES PROJETS

1. Définir l'orientation musicale d'un, d'une artiste et d'un projet
2. Faciliter la création de l'équipe de soutien d'un, d'une l'artiste
3. Peaufiner l'image d'un, d'une artiste
4. Établir le répertoire d'un, d'une artiste
5. Favoriser l'épanouissement des talents d'interprétation d'un, d'une artiste

E. SUPERVISER UN PROJET D'ENREGISTREMENT

1. Évaluer les exigences de la production
2. Réunir une équipe de production
3. Établir un calendrier de production
4. Superviser un projet
5. Constituer une équipe de conception visuelle d'un produit
6. Fournir une copie de l'étiquette
7. Approuver le produit final
8. Contracter des ententes avec des fournisseurs et des manufacturiers

F. COMMERCIALISER UNE ÉTIQUETTE, DES ARTISTES ET DES PRODUITS

1. Créer une marque de commerce pour une maison de disques
2. Élaborer un plan de marketing
3. Créer et gérer des sites Web
4. Faire la publicité des artistes, de l'étiquette et des produits
5. Assurer la couverture médiatique
6. Créer la documentation et les articles promotionnels
7. Développer et mettre en œuvre des stratégies de marketing Internet
8. Mettre en œuvre des stratégies de marketing novatrices et de guérilla de marketing
9. Produire un vidéoclip
10. Assister, participer à des événements, conférences et remises de prix
11. Exploiter des possibilités de commercialisation au détail du produit
12. Assurer la diffusion à la radio
13. Organiser des événements promotionnels
14. Obtenir des commandites d'entreprises
15. Se faire connaître par le biais d'associations liées à l'industrie
16. Suivre de près et évaluer l'impact des stratégies de commercialisation

G. EXPLOITER LES DROITS SUR L'ENREGISTREMENT SONORE

1. Assurer la distribution numérique et matérielle d'un produit
2. Garantir les contrats d'attribution de licences
3. Déposer les demandes d'enregistrement de droits d'auteur
4. Tirer parti des nouvelles technologies

H. GÉRER DES RESSOURCES FINANCIÈRES

1. Élaborer des budgets
2. Avoir recours à des services professionnels
3. Assurer une utilisation optimale des ressources financières
4. Suivre de près la situation financière
5. Faire des prévisions et des ajustements
6. Gérer les emprunts et les subventions

I. EFFECTUER DES TÂCHES ADMINISTRATIVES

1. Se conformer à diverses obligations d'inscription ou d'enregistrement
2. Calculer et payer les droits d'auteur
3. Se conformer aux exigences de déclaration et de fiscalité

J. GÉRER LES RESSOURCES HUMAINES

1. Élaborer des descriptions de fonctions
2. Développer et mettre en application des politiques et des procédures
3. Recruter des employés
4. Accueillir et intégrer les nouveaux employés
5. Former les employés et agir à titre de mentor
6. Assigner les mandats et les responsabilités
7. Canaliser les efforts et motiver les employés
8. Évaluer le rendement des employés
9. Participer à des programmes de stages ou à des programmes d'apprentissage

K. TROUVER DE NOUVEAUX APPORTS CONTINUS DE REVENU

1. Exploiter les possibilités de produits dérivés
2. Étudier les possibilités d'édition
3. Exploiter les possibilités d'engagement d'un, d'une artiste
4. Obtenir des revenus de l'audiovisuel
5. Exploiter les possibilités de droits d'exploitation

COMPÉTENCES GÉNÉRALES – (PAGE SUIVANTE)

COMPÉTENCES GÉNÉRALES

L. DÉMONTRER DES HABILITÉS DE COMMUNICATION

1. Pratiquer l'écoute active
2. Persuader
3. Faire des exposés
4. Utiliser la terminologie en usage dans son domaine d'activité
5. Faire du réseautage
6. Utiliser un langage clair et précis

M. DÉMONTRER DES COMPÉTENCES PERSONNELLES

1. Négocier
2. Établir des priorités et gérer son emploi du temps
3. Faire preuve de passion et d'enthousiasme
4. Sortir des sentiers battus
5. S'adapter au changement
6. Prendre des risques
7. Faire preuve de jugement
8. Innover
9. Motiver
10. Accepter la critique
11. Donner de la rétroaction
12. Prendre des décisions
13. Pressentir le potentiel d'un, d'une artiste
14. Anticiper les tendances
15. Penser de façon stratégique
16. Résoudre des problèmes
17. Faire preuve de persévérance
18. Démontrer des habiletés interpersonnelles
19. Maintenir sa concentration
20. Faire preuve de polyvalence
21. Composer avec le stress
22. Faire preuve de leadership
23. Collaborer
24. Respecter les échéanciers
25. Déléguer
26. Faire preuve de rigueur et d'un souci du détail
27. Planifier
28. Démontrer un esprit d'analyse

PROFIL DE COMPÉTENCES

LES INDIVIDUS ASSUMANT DES RESPONSABILITÉS DANS LE DOMAINE DU
DÉVELOPPEMENT, DE LA MISE EN MARCHÉ ET DE LA DISTRIBUTION DANS
L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE DOIVENT ÊTRE CAPABLE DE ...

LES INDIVIDUS ASSUMANT DES RESPONSABILITÉS DANS LE DOMAINE DU DÉVELOPPEMENT, DE LA MISE EN MARCHÉ ET DE LA DISTRIBUTION DANS L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE DOIVENT ÊTRE CAPABLE DE :

A. DÉVELOPPER UNE VISION D'ENTREPRISE

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	TÂCHES SPÉCIFIQUES	ACTIONS CLÉS	COMPÉTENCES GÉNÉRALES
1. Évaluer le marché potentiel d'un créneau	1.1 Effectuer des études de marché	<ul style="list-style-type: none"> • Consulter les publications spécialisées • Recenser les lieux de spectacle • Recenser les points de vente au détail • Recenser les festivals de grande envergure • Compiler les données et dresser un rapport 	<p>Habilités interpersonnelles ou personnelles les plus cruciales en lien avec la compétence</p> <ul style="list-style-type: none"> • ANTICIPER LES TENDANCES (M14) • MAINTENIR SA CONCENTRATION (M19)
	1.2 Effectuer des recherches sur la culture du créneau	<ul style="list-style-type: none"> • Lire des magazines et autres publications spécialisés sur la culture du créneau • Effectuer des recherches sur Internet 	
2. Définir le créneau	2.1 Identifier le genre musical, les genres musicaux du créneau	<ul style="list-style-type: none"> • Consulter des artistes, des représentants des médias, des pairs et des spécialistes • Éliminer certains créneaux 	<ul style="list-style-type: none"> • FAIRE PREUVE DE JUGEMENT (M7) • MAINTENIR SA CONCENTRATION (M19)
	2.2 Effectuer des recherches sur le genre musical ou les genres musicaux	<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer des recherches sur Internet et consulter des sites Web • Consulter des publications spécialisées 	
	2.3 Arrêter son choix	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les données • Rédiger un rapport 	
3. Élaborer un plan d'affaires	3.1 Élaborer un énoncé de mission	<ul style="list-style-type: none"> • Consulter des professionnels • Identifier les objectifs de l'entreprise • Déterminer le domaine, le marché cible et les valeurs de l'entreprise • Rédiger l'énoncé de mission 	<ul style="list-style-type: none"> • PENSER DE FAÇON STRATEGIQUE (M15) • FAIRE PREUVE DE LEADERSHIP (M22)
	3.2 Identifier les objectifs à long et à court terme	<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer des projections financières (ventes, coûts, profits) • Concevoir une structure administrative (considérer la taille de la structure) • S'assurer que les objectifs établis soient spécifiques, mesurables, réalistes, pertinents et assortis d'une échéance • Etablir les politiques de l'entreprise 	
	3.3 Finaliser le plan d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Compiler et organiser les données • Mettre au point un document final 	