

LE GUIDE D'AUTOPROMOTION DU FESTIVAL MARTELIVE

# Startup Artistiques

**COMMENT SE POSITIONNER SUR  
LE MARCHÉ ET PROMOUVOIR  
EFFICACEMENT SON PROJET  
ARTISTIQUE**

**1ÈRE ÉDITION – AVRIL 2021**

PAR L'ÉQUIPE DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT DU MARTELIVE SYSTEM



# 1

## QU'EST-CE QU'UNE STARTUP ARTISTIQUE ?

Le terme « startup » porte sur la phase initiale d'une nouvelle entreprise, c'est-à-dire la période pendant laquelle une organisation essaie de générer des revenus à travers la vente de produits ou services.

Le terme Startup a longtemps été associé aux entreprises technologiques ou du web. Désormais, quand on parle de startup, on pense à n'importe quel type d'entreprise en phase de lancement.

**Là tu dois te dire :** *ok merci. Mais c'est quoi le rapport avec moi ? Je suis un artiste, pas un créateur de startup !*

Eh bien justement, on a quelques conseils qui viennent du monde des startups et qui s'appliqueront parfaitement à ton projet artistique.

Après avoir parcouru cet e-book tu auras un aperçu des **OUTILS FONDAMENTAUX** pour te faire une place et te faire connaître le plus efficacement possible, quel que soit ton domaine artistique.

# 2

## **L'AUTOPROMOTION**

À la Renaissance, les artistes pouvaient compter sur des Mécènes : si tu en trouvais un, tu étais tiré d'affaire. Léonard de Vinci, Mozart, Beethoven : aucun d'eux n'aurait percé sans le soutien constant d'un ou plusieurs mécènes.

A l'époque industrielle et moderne, l'art est devenu une marchandise qui s'échange dans un système géré par des investisseurs et des capitaux. La stratégie était assez simple. Produire un bon contenu, le présenter à quelques investisseurs qui sauront le mettre sur le marché en espérant que l'un d'eux veuille bien miser sur toi. Voilà, c'était plié : la seule préoccupation de l'artiste était de produire des contenus que d'autres distribueraient sur le marché.

### **Les choses ont changé.**

Aujourd'hui, les investisseurs et les capitaux continuent de marchandiser l'art, mais grâce aux évolutions de la technologie, les outils de production et de promotion de la culture sont à la portée de tous.

En tant qu'artiste tu as donc la possibilité de te jeter à l'eau et réussir par toi-même, sans mécène et sans investisseur.

En clair, en tant qu'artiste tu es maître de ton destin. Et tu peux être à la fois artiste et entrepreneur.

**Place à l'AUTOPROMOTION !**

# 3

## STRATÉGIE, IDENTITÉ ET POSITIONNEMENT

Dans le contexte actuel, l'artiste qui veut émerger de la masse doit redéfinir son rôle.

Il ne suffit pas de produire des contenus créatifs, innovants et de qualité.

Sans STRATÉGIE, ton effort artistique peut exploser en vol. A quoi bon créer une œuvre d'art, quelle qu'elle soit, si personne ne la voit, ou en profite d'une manière ou d'une autre ?

**Aujourd'hui, plus que jamais, tu dois te positionner sur ton marché de référence, avant éventuellement d'être repéré par un mécène ou un investisseur. Et pour ce faire, tu dois construire une identité forte et cohérente.**

C'est ça qui fait la différence entre toi et les centaines d'artistes fondus dans la masse.

Ce n'est pas une histoire d'apparence, de vision artistique ou d'idée géniale. C'est surtout une histoire de stratégie.

Pour atteindre cet objectif, tu dois travailler sur trois axes fondamentaux :

- Définir clairement ton projet artistique
- Définir le budget nécessaire pour le lancer
- Développer un plan marketing simple pour lancer et positionner le projet sur le marché de référence

Ok, écrire c'est facile... mais après comment on fait ?

Ça c'est notre boulot. Sinon, tu ne serais pas en train de lire cet e-book !

# 4

## I 3 OUTILS FONDAMENTAUX

Comme pour une startup, un projet artistique doit se doter de plusieurs outils indispensables avant de faire le grand saut dans l'inconnu, en vue d'obtenir une reconnaissance du grand public.

Musicien, chanteur, comédien, danseur, dj, vj, vidéaste, artiste visuel, peintre, photographe, graphiste, illustrateur, artisan, styliste : peu importe ta spécialité. Les outils fondamentaux pour atteindre ton objectif sont toujours les mêmes.

Allez, on lève le rideau !

### **A) IDENTITÉ VISUELLE, LOGO ET VISUELS**

Une image à fort impact, bien organisée et cohérente avec le projet artistique est la première étape pour construire une identité crédible. Tu dois créer un univers visuel de référence, reconnaissable immédiatement, qu'on puisse identifier à toi et à ta proposition artistique.

Si tu n'as pas les compétences ou la prédisposition pour apprendre à utiliser quelques outils de base en communication, fais appel à des professionnels qui s'occuperont de ces aspects dans les moindres détails.

L'important est d'être toujours bien conscient de ce qui se trame : être un vrai manager de l'identité qui émane de toi.

Bien s'entourer ne suffit pas. L'important est d'avoir toujours les idées claires et d'avoir des buts bien précis. Sinon tu risques de jeter de l'argent par les fenêtres. Beaucoup d'argent.

L'identité recouvre plusieurs aspects. Le premier, le plus évident, c'est le logo.

Non, les logos ne sont pas un truc réservé aux entreprises : dans le domaine artistique la construction du logo est fondamentale et ne doit pas être laissée de côté, parce que le logo renferme toute la force du message que tu veux communiquer.

Une fois choisi, le logo restera le même pour un petit bout de temps, peut-être même pour toujours. Il faut donc le réaliser avec le plus grand soin.

Changer de logo peu après la création n'est franchement pas une bonne idée. Le logo peut seulement être changé dans une logique de création d'une nouvelle image de marque. Mais cela ne doit arriver qu'après un certain temps. Sinon ça veut dire que tu t'es trompé quelque part dans ta stratégie de départ.



Une fois réalisé le logo, il est temps de penser au style et à l'esthétique qui s'appliqueront à TOUS les contenus que tu produiras : graphismes, animations, vidéo, showreel... Ils doivent tous avoir un seul et même « look and feel ». Il doivent faire passer un état d'esprit, un univers de référence unique, qui t'est propre.

Ce n'est pas une mince affaire, c'est vrai. Mais si tu as bien en tête ton concept de base, tu peux t'appuyer sur un ensemble de professionnels qui te soutiendront et t'aideront à réaliser un visuel qui cartonne.

Maintenant, avec tous ces outils à disposition, tu es équipé pour faire la différence.

**Le mot d'ordre est : CRÉDIBILITÉ**

## **B) SITE WEB**

À l'ère des réseaux sociaux, on oublie souvent le site web et on se contente d'ouvrir un profil sur Instagram et / ou une page Facebook.

### **Grossière erreur !**

La simple présence sur les réseaux sociaux ne suffit pas pour toucher le plus large public possible.

Avoir un site Web, c'est avoir la main sur un système de communication bien structuré et cohérent.

C'est un outil transversal et évolutif qui peut être implémenté à tout moment en fonction des besoins.

Et surtout, il n'est pas victime de tendances sociales qui changent de manière cyclique, au moins tous les 2-3 ans.

La preuve : vous vous souvenez de Myspace ? Non.

Créer soi-même un site web de base, aujourd'hui, est une opération assez simple grâce à des Systèmes de Gestion de Contenus très populaires, tels que Wordpress et Joomla.

Si tu n'as pas le budget pour payer un webmaster, aujourd'hui sur le net tu peux trouver différents modèles gratuits qui sont excellents pour créer un site de base. Dans la phase de démarrage, l'important est d'être présent et d'avoir l'outil à disposition. Si besoin, tu pourras toujours améliorer cet outil par la suite.

L'aspect fondamental à prendre en compte est la simplicité, la propreté et la convivialité du site : il doit s'agir d'un site « design », esthétiquement très agréable, si possible à la pointe en termes de solutions graphiques et d'organisation des éléments.

Peu de texte, beaucoup d'images, des éléments visuels innovants : en ouvrant la page d'accueil, le visiteur doit comprendre immédiatement votre univers de référence, et doit pouvoir accéder immédiatement à l'essentiel. Autrement dit, VOTRE ART !

**Le mot d'ordre est : SIMPLICITÉ**

## C) RÉSEAUX SOCIAUX

Nous avons vu à quel point le site Web est fondamental dans la construction de l'identité numérique d'un artiste.

Mais ce n'est pas tout, bien sûr. Un site Web sans médias sociaux adéquats pour le soutenir est comme une cathédrale dans le désert : un énorme tas de pierre et de béton vide, dans un espace désolé.

Pour bien faire son travail de promotion, un site Web doit s'appuyer sur un réseau constitué des principaux réseaux et profils sociaux, y compris sur les communautés de ton secteur artistique.

L'erreur qui est souvent commise est de ne compter que sur Facebook ou Instagram : ce n'est cependant pas la solution la plus sage, car chaque réseau social correspond à un public spécifique qui peut être pertinent (ou pas) pour promouvoir ton projet artistique.

Si tu es un jeune musicien par exemple, tu dois obligatoirement être présent sur :

- **Facebook**
- **Instagram**
- **Youtube**

Mais aussi forcément sur :

- **Spotify**, en organisant efficacement ton profil grâce à l'outil Spotify for Artists et en analysant les statistiques disponibles, qui te fourniront des informations précieuses sur la composition de ton audience telles que l'origine, l'âge, les habitudes d'écoute ;
- **Soundcloud**, pour réseauter avec tes collègues, entrer en contact avec des labels nationaux et internationaux et exploiter le potentiel de monétisation de ta musique ;

Et pourquoi pas :

- **LinkedIn**, si tu souhaites entrer en contact avec d'autres musiciens ou directement avec des professionnels de l'industrie qui pourraient être intéressés à te faire jouer en première partie d'un groupe plus important.



Ou

- **Pinterest**, si les illustrations de tes disques et ton visuel en général sont captivants et artistiques.

Enfin, tu ne peux absolument pas laisser de côté les communautés de ton domaine : celles qui sont dédiées exclusivement à ton art.

En Italie, par exemple, il existe :

- **Rockit**, une communauté très active de groupes et de musiciens avec des milliers de profils artistiques. Si tu es un musicien italien, tu ne peux pas ne pas être présent sur Rockit.

Si ton art n'est pas la musique mais le théâtre, la danse, le cirque, la peinture, la photographie, le graphisme numérique, l'artisanat, la mode... tu ne peux pas suivre le même chemin qu'un musicien ! Définis ta propre stratégie et construis ton univers social en fonction de tes objectifs et tes spécificités.

Personne ne saura mieux que toi sur quel réseau social tu dois concentrer ton énergie, mais ne fais pas l'erreur de te concentrer uniquement sur un seul outil.

Définis tes priorités, mais sois complet !

**Le mot d'ordre est : PRÉSENCE.**

**BIEN, TU AS TOUT CALÉ COMME IL FAUT ?  
Une minute, il manque un point crucial,  
LE PLUS IMPORTANT DE TOUS**

**Les TROIS outils fondamentaux que nous avons déjà identifiés t'aideront à te positionner sur le marché et à construire ta propre identité.**

**À travers l'identité visuelle, le site Web et les réseaux sociaux, tu seras CRÉDIBLE, ACCESSIBLE et PRÉSENT à la fois pour ton public et pour les professionnels.**

## **MAIS ATTENTION!**

**BEAUCOUP DE CE QUE TU OBTIENS AVEC CES 3 PREMIERS OUTILS NE TE DONNE JAMAIS UN CONTRÔLE TOTAL DU TRAFIC ET DU PUBLIC QUE TU SERAS CAPABLE DE GÉNÉRER AVEC TON PROJET ARTISTIQUE !**

- **L'IDENTITÉ VISUELLE** te rend reconnaissable, mais elle ne te donne pas la possibilité d'acquérir les utilisateurs qui les apprécieront.

- Le **SITE** donnera à tes utilisateurs une vue d'ensemble forte et cohérente de ton projet mais ne te garantira pas un retour constant après la première visite.

- **LES RÉSEAUX SOCIAUX** te permettront d'atteindre un public plus large que ton petit cercle de contacts, mais les algorithmes des différents réseaux sociaux limiteront grandement la visibilité auprès des utilisateurs que tu auras durement acquis. Tu seras donc obligé d'investir du temps et de l'argent dans des campagnes de parrainage de plus en plus coûteuses sur Facebook, Instagram, Google, LinkedIn, etc.

Sur tous ces outils, ta capacité à contrôler sera toujours limitée car ce trafic que tu vas générer n'est pas ta "propriété" et après l'engouement initial pour le lancement de ton projet artistique, progressivement ces outils commenceront à être l'équivalent d'une dose de stupéfiants de plus en plus forte et, à terme, potentiellement mortelle pour ton projet artistique.

Tu dépenseras de plus en plus d'argent pour augmenter tes followers et en fait tu deviendras esclave d'algorithmes qui limitent ta visibilité.

**Pour sortir de ce piège, une seule solution : reprendre la main sur le trafic généré.**

**Apporte de la valeur à ton public, y compris gratuitement, en échange de l'inscription à ta liste de diffusion.**

The ultimate goal of every campaign and action you will take should be :

- **Collecting new email addresses.**

You will be able to send emails whenever you want, to people who are really interested in your contents.

- **Collecting new phone numbers.**

You will be able to send broadcast messages on Telegram and Whatsapp for each Le but ultime d'une telle campagne doit être de :

- Récolter de nouvelles adresses mail. Tu pourras ainsi t'adresser directement à des personnes qui s'intéressent réellement à tes contenus.
- Récolter de nouveaux contacts téléphoniques. Tu pourras envoyer des messages sur Telegram ou WhatsApp pour annoncer les nouveaux contenus clés, toujours auprès d'un public très ciblé.
- Récolter des inscrits sur ton canal Youtube. Si tu es un musicien ou un vidéaste, à chaque vidéo postée, ton public verra les notifications et ira faire un tour sur ton canal. A la différence de Facebook, sur Youtube il est important de faire le plus de visualisations possible. En échange, tu recevras une partie des revenus publicitaires.

Fais inscrire tes followers sur ta page Spotify. Comme Youtube, Spotify partage le même objectif que toi : faire le plus d'audience possible. Plus d'écoutes se traduit par plus de royalties.

Faire inscrire tes followers à un des nombreux marketplaces présents en ligne. Si tu es un artiste, il existe de nombreux sites spécialisés où tu peux vendre tes œuvres.

Tes usagers sur les réseaux sociaux doivent te suivre principalement là.

# **Voilà, tu sais tout.**

**Maintenant tu as toutes les clés en main pour promouvoir ton art, et te distinguer de la masse**

**Bonne chance à toi et ne lâche pas l'affaire : LE MONDE  
A BESOIN DE TON ART !**

---

**AH, AVANT DE PARTIR,**

**UNE INFO UTILE POUR METTRE TOUT DE SUITE EN PRATIQUE CE  
QUE TU AS APPRIS.**

**Tu savais que cette année se tient la compétition MArteLive  
Europe ?**

**C'est le premier grand concours-festival dédié aux artistes  
émergents, soutenu par le programme Europe Créative de  
l'Union Européenne.**

LA « CALL FOR ARTISTS » EST ENCORE OUVERTE !!! (LINK)

TU PEUX REMPORTEZ DES PRIX EN ARGENT, DES RÉSIDENCES  
ARTISTIQUES, DES COLLABORATIONS ET DES CONTRATS DANS  
TOUTE L'EUROPE !

TU PEUX FINALEMENT TE METTRE EN JEU, FAIRE CONNAÎTRE TON  
ART, ET VIVRE UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE ! (LINK)

Choisis l'une des 16 disciplines du concours-festival MArteLive Europe

<https://contest.martelive.eu/artistic-disciplines/>

**Découvre un des nombreux prix ainsi que le jury,  
choisi parmi les meilleurs professionnels du secteur  
dans chaque domaine artistique.**

<https://contest.martelive.eu/jury-prizes/>

**Inscris-toi !**

<https://contest.martelive.eu/apply/>

**[www.martelivesystem.net](http://www.martelivesystem.net)**



**[www.martebook.com](http://www.martebook.com)**