RIASEC : Ea

M1721
CHEF / CHEFFE DE PROJET ÉDITION PHONOGRAPHIQUE

Emploi cadre

Transition numérique

Définition

Le chef de projet en édition phonographique est un professionnel du secteur de l'édition musicale chargé de piloter la production et la valorisation de projets sonores (albums, singles, compilations, rééditions, catalogues) depuis leur conception jusqu'à leur diffusion.

- Pilote la stratégie marketing, communication et commerciale d'un projet musical depuis la phase de post-production jusqu'à sa diffusion sur le marché
- Est responsable de la mise en valeur du projet artistique, de la gestion de l'image de l'artiste, et de la cohérence globale des actions de promotion et de diffusion, dans le respect du budget imparti
- Définit et met en œuvre la stratégie marketing d'un projet en concertation avec l'artiste, la direction artistique et la direction du label
- Pilote les actions de lancement commercial (date de sortie, formats, partenaires, etc.) et coordonne l'ensemble des intervenants internes et externes (promotion, distribution, relations médias, direction artistique)
- Supervise la réalisation des contenus promotionnels (clips, visuels, teasers) et suit les indicateurs de performance (écoutes, ventes), et ajuste la stratégie si nécessaire
- Représente le projet et conseille l'artiste sur la cohérence de son image et le positionnement de ses sorties
- Gère le budget marketing et promotionnel, en assurant l'équilibre entre ambitions artistiques et contraintes économiques et peut contribuer à la valorisation du catalogue

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible à partir d'une formation de niveau Bac + 3 à Bac + 5 ou équivalent, dans les domaines du commerce, de la communication ou du marketing ou plus largement dans les industries culturelles et créatives.

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Management, Social, Soin

- Superviser la production artistique et technique

Développement économique

- Adapter les stratégies de lancement selon les formats de diffusion et les canaux promotionnels (radio, télévision, presse, plateformes)
- Analyser les effets d'une stratégie marketing
- Concevoir, mettre en œuvre et suivre des actions marketing multi-canal
- Pitcher un projet musical auprès des médias
- Rédiger des contenus marketing (argumentaires, newsletters, communiqués, fiches produits)

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Planifier les étapes d'un projet (enregistrement, mastering, promotion, sortie)

Savoir-faire secondaires

Management, Social, Soin

- Conseiller un artiste sur son image
- Accompagner les artistes dans le développement de leur carrière

Développement économique

- Réaliser une veille de marché, une veille concurrentielle
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre
- Elaborer une stratégie de développement d'activité

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Présenter et défendre un projet auprès de partenaires internes et externes
- Coordonner les différents acteurs (artistes, producteurs, studios, distributeurs)

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Gérer et respecter un budget

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Faire preuve de réactivité
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoirs

Domaines d'expertise

- Enjeux marketing et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Gestion budgétaire
- Marketing digital — Transition numérique
- Médias traditionnels (presse, télévision, radio) et digitaux
- Recherche et analyse de données
- Stratégies de marketing musical et de promotion digitale
- Environnement numérique et innovations technologiques (IA, streaming, data) — Transition numérique
- Analyse des marchés

Normes et procédés

- Gestion de projet
- Droit des affaires
- Gestion de la propriété intellectuelle
- Cadre juridique de l'édition phonographique (droits d'auteur, droits voisins)
- Fonctionnement des contrats musicaux (édition, licence, distribution)

Techniques professionnelles

- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique

Contextes de travail

Horaires et durée du travail

- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Structures de l'édition

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Secteurs d'activité

- Édition
- Artisanat d'art, audiovisuel et spectacle

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail