

l'irma présente le premier ouvrage de la collection **®EVOLUTIC**

Musique 2.0

Solutions pratiques
pour nouveaux usages marketing

Borey SOK

**L'industrie de la musique évolue.
Comment s'y adapter et trouver des pistes pour faire vivre son projet ?**

Ces questions sont récurrentes et reflètent l'incompréhension de la plupart des producteurs et des artistes face à un monde qui change vite. Trop vite pour certains. **160 pages pour trouver des réponses, mieux saisir les changements de la filière musicale et s'emparer de ces nouvelles idées.**

Les solutions choisies par l'industrie du disque pour remédier à la baisse des ventes ne sont pas les plus pertinentes. Analysant les causes, « Musique 2.0 » propose des **pistes utilisables par tous les producteurs de disques, mais aussi par les artistes**, pour s'approprier au mieux l'outil marketing appliqué aux nouvelles technologies.

Le livre de Borey SOK se décline en trois grands chapitres :

- la crise de l'industrie du disque
- le marketing appliqué au nouveau marché
- l'internaute « acteur » et l'artiste au centre des nouvelles solutions

Mots-clés : marketing, nouvelle économie, artistes, maisons de disques, réseaux sociaux, CRM, stratégie numérique, dématérialisation, buzz.

au sommaire :

••• La crise de l'industrie du disque • Les jeunes et la musique numérique • Les 4 P classiques démodés • Une crise de l'offre • Les tentatives de l'industrie du disque pour faire face à la crise • Le nouveau marketing classique • Les nouvelles cibles • Les plates-formes de téléchargement légal • Le marché de la musique en ligne • Les nouveaux supports de la musique • Quand l'artiste devient une marque • Rémunérer la musique autrement • The long tail, la longue traîne • La musique au service du mobile • Prestataires techniques et éditeurs de services • La musique et les marques • Agir sur le comportement du consommateur • Études du nouveau comportement du consommateur • Le marketing relationnel / CRM • Les nouveaux outils de promotion de la musique • Les réseaux sociaux •••



L'auteur : Borey SOK

Diplômé d'un master en marketing/communication de l'ISC Paris, il a développé des projets d'artistes dans un label indépendant. Après une première expérience au service promotion de Skyrock, puis chez Warner Music France, il rédige un mémoire de fin d'études intitulé « Le marketing sauvera-t-il l'industrie du disque de la crise ? ». Il est également animateur d'un blog reconnu dans la communauté musicale en ligne : sokborey.blogspot.com

Son ouvrage est préfacé par Olivier Abecassis, Directeur de Wat.tv



160
pages
16 €

Musique 2.0

Solutions pratiques
pour nouveaux usages marketing
Borey 50K

Ils en parlent déjà :

« *Son livre est un bel outil de discussion, c'est un ouvrage que je recommande.* » Julien Ulrich, Directeur général de **Virginmega.fr**.

« *J'ai été fasciné par le contenu de ce livre, qui dépeint brillamment l'ensemble de l'écosystème musical ainsi que son évolution probable.* » Gilles Babinet, Directeur d'**Eyeka** et fondateur de **Musiwave**.

« *Il démontre que la promotion des artistes sur le web est devenue incontournable, et que la découverte de la musique est facilitée par la diffusion gratuite en streaming, la personnalisation de la programmation et le partage avec sa communauté.* » Nicolas Gilbert, Product manager **Yahoo ! Music**

« *Borey Sok parvient à dresser une analyse pertinente des enjeux et des problématiques réelles avec brio, tout en illustrant les voies alternatives innovantes qui dynamisent l'industrie musicale.* » Sylvain Zimmer, fondateur et CTO de **Jamendo**.

« *Nul doute que cet ouvrage fait d'ores et déjà office de référence pour tout passionné de musique et de nouvelles technologies* » Guillaume Quelet - Business Affairs & Digital Manager chez **V2 Music France**.

Musique 2.0 est édité par

l'irma - centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles
22 rue Soleillet 75980 Paris cedex 20 • tél : 01.43.15.11.11

disponible à la librairie irma 22 rue Soleillet Paris 20°, par correspondance, sur www.irma.asso.fr
auprès de nos correspondants et dans les fnac, virgin, librairies spécialisées.



® **ÉVOLUTIC** une nouvelle collection lancée par l'Irma début avril 2007.

Son objet est de proposer des pistes, des solutions sur un sujet qui préoccupe la filière musicale, mais aussi d'être une tribune pour discuter de la nouvelle économie appliquée à nos musiques.

Cette nouvelle collection porte aussi bien sur les évolutions que sur les révolutions du secteur dues à l'incidence des nouvelles technologies d'information et de communication, les "TIC". Elle fait le point sur les nouvelles tendances de la filière musiques actuelles et propose un éclairage en complément de nos ouvrages déjà parus dans la collection « guides des métiers ».

Les sujets traités pourront également concerner les nouvelles pratiques comme les nouveaux usages, en termes de marketing, modes de consommation, pratiques musicales, promotion, métiers...

+ d'info sur la collection auprès de Jean-Noël Bigotti • responsable des éditions de l'irma • editions@irma.asso.fr • 01 43 15 11 06

+ d'information sur Musique 2.0 et sur les activités de l'irma auprès de
Magali de St Mathurin . Communication/Presse
irma 22 rue Soleillet Paris 20 . Tél : 01 43 15 11 17
presse@irma.asso.fr . www.irma.asso.fr . www.wofffi.com



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles