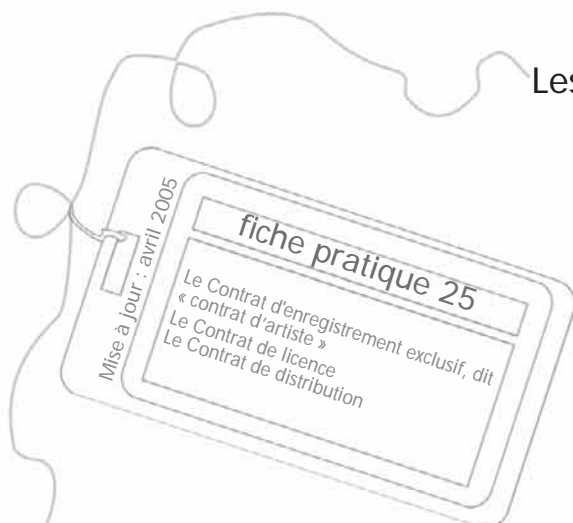


## Les trois étapes du disque



La réalisation d'un disque peut se réduire à trois étapes distinctes : la production, l'édition phonographique<sup>1</sup> (incluant la fabrication), la distribution. Des contrats particuliers et des engagements financiers spécifiques correspondent à chacune de ces étapes. Les maisons de disques peuvent produire et éditer - et, pour certaines, distribuer - et dans ce cas, l'artiste ou le groupe signera un contrat d'enregistrement, dit « exclusif ». Elles peuvent uniquement éditer : le producteur (qui peut être une structure adossée à un artiste ou à un groupe) produira la bande mère ou master et signera un contrat dit « de licence » avec la maison de disques qui prendra en charge la fabrication, la promotion et la distribution. Elle distribuera soit elle-même, soit par le biais du distributeur avec lequel elle a passé contrat. Enfin une structure de production, un artiste ou un groupe peut décider de supporter aussi les frais de fabrication et de promotion et signera un contrat de distribution avec une société qualifiée. Ce cas relève alors de l'autoproduction. La conduite d'un projet de disque nécessite donc que l'on ait défini au préalable l'objectif de l'artiste ou du groupe et que l'on ait mesuré les implications, notamment financières, qui résulteront du choix de cet objectif.

### Il y a label et label

Le terme aujourd'hui couramment utilisé de « label » recouvre plusieurs réalités bien distinctes. A l'origine, il s'agit de la marque servant à commercialiser des productions. C'est cette acception première qui désigne la marque commerciale sous laquelle une maison de disques décide d'éditer un certain type de production pour des raisons d'homogénéité de catalogue ou de ligne éditoriale. La maison de disques est donc l'entité première. Le label est intégré à la maison de disques tout en disposant souvent de sa propre équipe. Un label peut aussi désigner la marque commerciale d'un producteur indépendant ayant conclu un accord de licence avec une maison de disques. Enfin, le terme s'utilise aussi aujourd'hui pour une maison de disques à part entière, souvent lorsqu'il s'agit d'un éditeur indépendant. Les appellations commerciales développant des lignes éditoriales précises prendront alors la forme de collections.

[1] Ne pas confondre édition phonographique et édition musicale. L'éditeur musical « est le professionnel qui assume par tous les moyens auprès du public la diffusion permanente et suivie d'une œuvre ». (cf. Jean-François Bert, *L'édition musicale*, Ed. irma, 2004)

## Le contrat d'enregistrement exclusif, dit « contrat d'artiste »

Le contrat d'enregistrement est conclu entre un artiste-interprète, terme générique définissant un soliste ou un groupe, et un producteur phonographique. Si le contrat concerne un groupe, chaque membre du groupe y figurera nominativement et en recevra un exemplaire. Le producteur prend à sa charge l'intégralité des frais de production. S'il est aussi éditeur phonographique, il couvrira les frais de fabrication et assurera la distribution, directement ou par le biais d'un distributeur. S'il est uniquement producteur, il négociera avec un éditeur un contrat de licence. L'artiste cède au producteur l'entière propriété des enregistrements et leurs diverses exploitations selon des rémunérations prévues au contrat. La cession est assortie d'une clause d'exclusivité portant sur une période et/ou un territoire défini par le contrat. Les redevances prévues pour chaque exploitation, les *royalties*, prennent la forme d'un intéressement de l'artiste ou du groupe aux recettes perçues par le producteur sur chacune des exploitations. Un pourcentage pour chaque type d'exploitation sera prévu au contrat. Les redevances varient selon les contrats et la notoriété de l'artiste. Selon l'article L.762-2 du Code du travail, elles ne prennent pas la forme de salaire, mais sont fiscalement considérées comme des BNC. Le paiement des redevances ne dispense pas le producteur de verser un salaire d'enregistrement aux artistes signataires du contrat d'exclusivité ainsi qu'aux musiciens additionnels engagés pour les séances de studio. Quoique revêtant une forme particulière, le contrat d'artiste est considéré comme un contrat de travail. L'absence de salaires d'enregistrement pourrait conduire, en cas de recours des artistes, à la requalification des redevances en salaire. Le contrat d'enregistrement exclusif représente la solution la plus simple et la moins onéreuse pour l'artiste et le groupe. On dira alors de ces derniers qu'ils sont « signés ».

## Le contrat de licence

Un contrat de licence est passé entre un producteur et un éditeur phonographique. Le producteur prend à sa charge la réalisation de la bande mère, ce qui inclut le paiement des frais d'enregistrement (studio, bandes, ingénieur du son, etc.) et celui de tous les artistes intervenant dans la production. Il prend aussi en compte la préparation du livret intérieur (rédaction des textes, fourniture des photographies et illustrations). Le producteur concède à l'éditeur, pour une durée prévue au contrat, un droit d'exploitation des enregistrements dont il demeure le propriétaire. On détermine aussi une exclusivité d'exploitation sur un ou plusieurs territoires dont la liste figurera sur le contrat. Le territoire concédé peut s'étendre d'un pays ou d'un ensemble de pays jusqu'au monde entier. Ainsi, le producteur peut parfaitement se réserver le droit de traiter en licence avec d'autres éditeurs pour d'autres territoires. Le producteur reçoit des redevances sur les ventes réalisées par l'éditeur phonographique. Ce dernier paiera donc tous les frais de fabrication et la SDRM. Il se chargera ensuite d'assurer la distribution et la promotion. Cette solution permet donc au producteur de limiter ses investissements à la seule production de la bande mère et des éléments de pochette et de confier le reste à l'éditeur. Le producteur ne fait que céder pour un certain temps ses droits d'exploitation. Il demeure donc propriétaire de l'enregistrement. A l'échéance du contrat, il est libre de reconduire la licence ou de signer avec un autre éditeur, sous réserve des clauses de droit d'option et de droit de préférence. Si ce producteur est une émanation directe de l'artiste ou du groupe, cette solution permet à ces derniers de conserver la maîtrise de l'enregistrement. Toutefois, il convient d'être attentif aux conditions du retour sur investissement. Malgré des taux de redevances supérieurs aux redevances d'artistes, ce retour peut s'avérer à long terme peu intéressant si la production a été onéreuse ou si les tirages pressentis sont faibles.

## Le contrat de distribution

Le contrat de distribution lie un éditeur phonographique à un distributeur pour la distribution commerciale d'un disque. Cet éditeur peut être aussi un producteur qui a décidé d'assumer la fabrication intégrale du disque. Le distributeur achète un produit manufacturé prêt à entrer dans le circuit de vente. Il prendra une marge sur le prix de gros. Le contrat déterminera, entre autres, le prix d'achat, l'échelonnement des livraisons et des paiements, et le territoire concédé. Les distributeurs ont en général des répertoires de prédilection ou des spécialités très précises dont il faudra tenir compte lors de la prospection. Ce contrat implique la prise en charge, le financement et le suivi de la fabrication par l'éditeur ou le producteur-éditeur. L'éditeur ou le producteur-éditeur assume la responsabilité du paiement de la SDRM. Cette solution conduit donc au financement de la totalité du disque, depuis la séance de studio jusqu'à la livraison des disques fabriqués au distributeur. Mais, à la différence du contrat de licence, on ne bénéficie pas de la légitimité et du soutien d'une maison de disques ou d'un label. On doit aussi prendre en compte le fait que le paiement des ventes par le distributeur implique un délai entre la livraison et la facturation. Cette solution peut convenir aux artistes et aux groupes qui sont assurés, par ailleurs, de vendre une partie de leur production par d'autres circuits.

## Bibliographie :

BIGOTTI Jean-Noël

*Je monte mon label : guide pratique du producteur de phonogrammes*, irma éditions, Paris, 2004

BOUVERY Pierre-Marie

*Les contrats de la musique*, irma éditions, Paris, 2004

GOMBERT Ludovic, PICHEVIN Aymeric

*Autoproduire son disque*, irma éditions, Paris, 2004

LEFEUVRE Gildas

*Le producteur de disques*, Dixit – irma, Paris, 1994