

COMMENT FONCTIONNE L'INDUSTRIE MUSICALE ?

L'industrie musicale a connu aux cours de ces dernières années d'importantes mutations. Grâce aux outils offerts par internet, les artistes bénéficient d'une plus grande liberté pour créer, diffuser et **promouvoir leur musique** sans avoir recours aux intermédiaires traditionnels du secteur. Ils ne sont plus obligés de presser un CD pour diffuser leur musique. Maintenant, ils font recours au **Stream**. L'autoproduction leur permet d'être leur propre média grâce aux réseaux sociaux numériques ce qui les rend moins sous l'autorité des maisons de disque.

Parallèlement, les **maisons de disque** ont dû trouver de nouvelles sources de revenus pour compenser la crise des années 2000. Elles ont donc adapté leurs pratiques contractuelles en conséquence.

DIFFERENTS TYPES DE CONTRAT PROPOSES PAR LES MAISON DE DISQUE ET LES LABELS

Un petit point de vocabulaire nécessaire à la compréhension de la suite :

Royalties (en anglais) = **redevances** (en français), c'est le pourcentage d'argent que l'artiste perçoit **proportionnellement** au chiffre d'affaire qu'a généré l'exploitation des disques vendus.

Assiette de calcul, c'est la base de calcul de ce pourcentage. (L'assiette, en fiscalité, c'est l'ensemble de ce qui est déclaré et qui permet l'établissement de l'impôt).

Abattement, c'est une technique qui vise à diminuer une assiette de calcul.

Avances, système d'aide financière instauré entre la maison de disque et l'artiste pour permettre à ce dernier de préparer confortablement son album, c'est-à-dire couvrir la réalisation et que l'artiste puisse en vivre plusieurs mois.

QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ENTRE UNE MAISON DE DISQUE ET UN LABEL ?

Une **maison de disque** est une société de production de musique et de vidéo clip. Elle a trois rôles bien distincts :

- **Produire**, c'est-à-dire **financer l'album** en mettant à disposition de l'artiste un budget pour développer son projet : séances studio, vidéo clip, promotion, concerts, etc.)

- **Éditer** : (attention à ne pas confondre l'**éditeur phonographique** et l'**éditeur graphique** ! L'éditeur phonographique est chargé de l'exploitation du disque tandis que l'éditeur graphique va **rechercher, signer et développer des auteurs-compositeurs**). Il contrôle les diffusions et répartit les droits d'auteur. Son rôle principal est de chercher l'argent que la musique de l'artiste a généré.

- **Distribuer les enregistrements des artistes** soit en version digitale sur Spotify, Deezer ou iTunes ou bien à la Fnac ou chez Cultura en CD. Les distributeurs s'occupent également de livrer en magasin et de gérer les stocks.

Il existe trois grands groupes de maisons de disque :

Universal Music Group, Sony Music Entertainment et Warner Music Group

Il existe également des maisons de disque indépendantes comme **My Major Company**, qui travaille sur internet et produit donc des artistes d'internet.

Une maison disque est subdivisée en plusieurs labels. Chaque label de cette maison de disque possède une équipe différente qui développe des artistes et des projets différents. Le label **Hostile Records** est consacré à la musique hip-hop et le RnB français. En gros, c'est une **marque**. Le label associe un artiste à une image. Chacun d'entre eux a sa propre identité. Leur rôle est de défendre le projet d'un artiste sur le marché, de l'aider à développer sa carrière, à gérer son image et à promouvoir ses albums.

LES DIFFÉRENTS TYPES DE CONTRATS EN MAISON DE DISQUE OU LABEL

LE CONTRAT D'ENREGISTREMENT EXCLUSIF DIT LE CONTRAT D'ARTISTE



Grâce à une série de freestyle comptant des textes faciles et des refrains qui restent dans la tête, Gambi accumule les milliers de vues sur Youtube. **REC. 118**, label filiale de **Warner Music France**, consacré à la musique urbaine, le repère et signe avec lui en mai 2019. Avec un nouveau matériel mis à sa disposition et une vraie promo, le jeune rappeur de Fontenay-sous-Bois fête sa signature en dévoilant le clip de « *La Guenav* ».

Le **contrat d'artiste** est un des plus grands contrats proposés par les maisons de disque ou labels. Il s'occupe de l'enregistrement, l'exploitation de ses enregistrements et la promotion. Le contrat d'artiste est signé **entre un nouvel artiste débutant et une maison de disque ou un label**. En général, le rappeur ne possède pas les structures nécessaires pour supporter les dépenses, et plus globalement, la gestion de son projet. Dès lors, la maison de disque met à sa disposition tous les outils nécessaires pour aider à son développement : **frais de production, processus de création artistique, accompagnement de l'enregistrement à la distribution**.

Une fois le contrat signé, la maison de disque ou le label **possède l'exclusivité totale sur l'artiste. Ils détiennent les droits masters**, c'est-à-dire qu'ils sont propriétaires des **enregistrements sonores** et ce, même s'il y a rupture de contrat. Sous ce type de contrat, le rappeur n'a généralement pas une grande liberté en termes de direction artistique sur les projets en développement. La maison de disque touche 80% de royalties sur les ventes contre 2 à 8% pour l'artiste. Les royalties ne sont pas fixes, elles varient selon les ventes de disques et les différents revenus tirés de l'exploitation des enregistrements.

Ce contrat est une collaboration sur du **long terme** qui vise une « **construction de carrière** ». La chose la plus importante à retenir de ce contrat est la **notion d'exclusivité**. L'artiste ne travaille plus qu'avec la personne avec qui elle a signé. Personne d'autre.

LE CONTRAT À 360 DEGRÉS OU CONTRAT À DROITS MULTIPLES

Afin de **pallier aux pertes liées à la crise du disque**, les maisons de disque ont mis en place la « **stratégie 360 degrés** ». L'idée étant de **diversifier au maximum leurs activités** pour créer de nombreuses ressources. **Toutes les sources de revenus différentes qu'un artiste va pouvoir générer dans toutes ses activités reviendront à la maison de disque** : du disque au merchandising en passant par la scène et les droits éditoriaux. Si la maison de disque gère les tournées du rappeur, elle prend une part dessus. Si elle gère la promotion, elle prend une part dessus, etc. Ainsi est né le **contrat à 360 degrés**. Les contrats 360 degrés sont couramment classés en deux catégories :

- Les contrats dits « **actifs** », par lesquels le producteur de phonogrammes se fait céder les droits d'exploitation à titre exclusif sur l'ensemble de l'activité de l'artiste.

- Les contrats dits « **passifs** », par lesquels le producteur de phonogrammes récupère une part des recettes générées par les activités (autres que phonographiques) de l'artiste et développées par des tiers. Dans ce cas, le producteur ne se fait pas céder de droits ni concéder d'exclusivité.

Certains contrats à 360 degrés combinent en pratique les deux dispositifs. La maison de disque se tourne également vers les nouveaux **supports numériques et interactifs**. Plus récemment, elle développe des **stratégies de sponsoring et de partenariat marques-artistes**.

LE CONTRAT D'ÉDITION



Rilès est un rappeur, auteur-compositeur-interprète et producteur de musique. À ses débuts, il produit ses premières musiques de manière indépendante. Il construit un Home studio dans sa chambre et **apprend en autodidacte**. De septembre 2016 à septembre 2017, il se met au défi d'écrire, enregistrer, mixer et produire une chanson par semaine, publiée le dimanche sur sa chaîne **YouTube**. C'est le projet **Rilèsundayz**. En avril 2017, sa notoriété augmente grâce à une vidéo du **youtuber Seb la Frite**, qui lui est consacrée. Le 19 mars 2018, il annonce sur sa page

Facebook et son compte Twitter avoir signé un contrat de partenariat avec **Republic Records** et **Sony/ATV Music Publishing**.

Le **contrat d'édition** est celui par lequel l'auteur **cède tout ou en partie de ses droits d'auteur sur l'œuvre musicale à l'éditeur**, lequel s'engage à en assurer l'**exploitation** et la **protection** ainsi qu'à verser une partie des revenus en découlant à l'auteur. L'éditeur protège l'œuvre musicale. Il appartient aux parties du contrat, auteur de l'œuvre musicale et éditeur, de définir le territoire et la durée du contrat. Étant titulaire de tout ou en partie des droits sur l'œuvre musicale, l'objectif de l'éditeur est d'**assurer la pérennité de l'œuvre** et de **générer des revenus à l'artiste** mais pas uniquement. Son rôle peut notamment se faire sentir sur plusieurs plans :



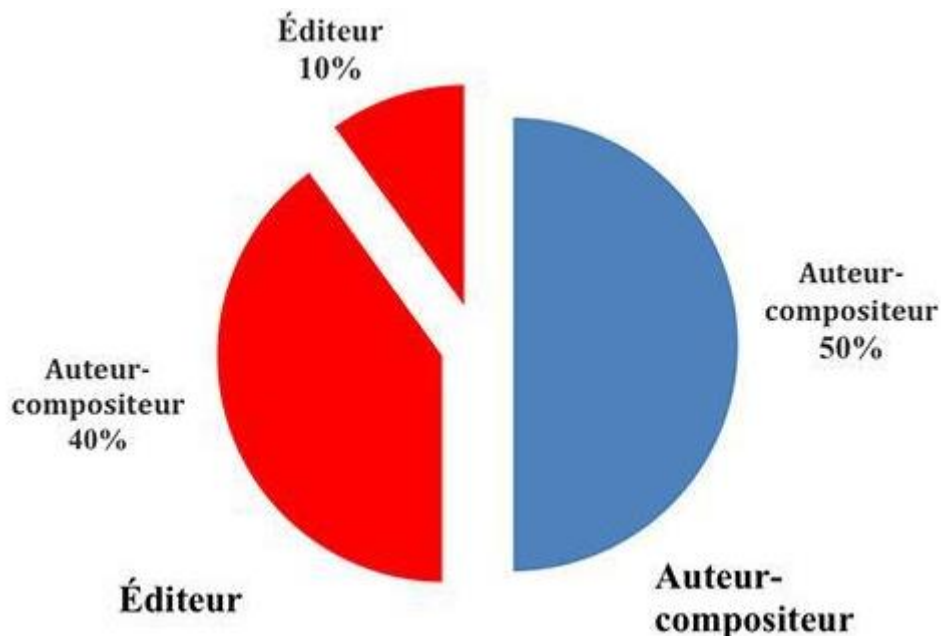
- **Créatif** : l'éditeur cible des associations pertinentes **entre un auteur et un compositeur** ou entre **un auteur et un interprète**, fournit des **avances à l'auteur** afin que ce dernier puisse créer ou participer à la création de l'œuvre.

- **Promotionnel** : l'éditeur fait la **promotion** au sein de l'industrie en vue de générer de l'intérêt de part des artistes interprètes à la recherche de titres pour leurs répertoires ou de compagnies à la recherche d'œuvres musicales pour leurs projets (**films, publicités, jeux vidéo, etc.**).

- **Administratif** : l'éditeur assure l'**administration de l'œuvre** auprès des sociétés de gestion collective, **établit le prix des licences d'utilisation** et **collecte les revenus générés** par l'exploitation de l'œuvre.

L'éditeur n'est **pas propriétaire des droits d'auteur des œuvres**, mais il **administre** ces droits d'auteur contre une certaine commission **variant de 10 à 25 % des revenus** d'exécution générés par ces droits d'auteur. Par exemple, comme on le voit sur le diagramme ci-dessous, l'artiste retient entièrement la propriété des deux moitiés de la tarte, mais il partage de 10 à 25 % de la part d'éditeur de ses revenus d'exécution.

Ainsi, dans un contrat d'édition, l'artiste accorde 20 % de la part d'édition de la tarte — c'est-à-dire 20 % du 50 % de la part d'éditeur — ce qui correspond à 10 % des revenus d'édition totaux générés par l'exécution de son catalogue. La part d'auteur n'est pas concernée. L'artiste retient donc 90 % de la totalité de la tarte d'édition.

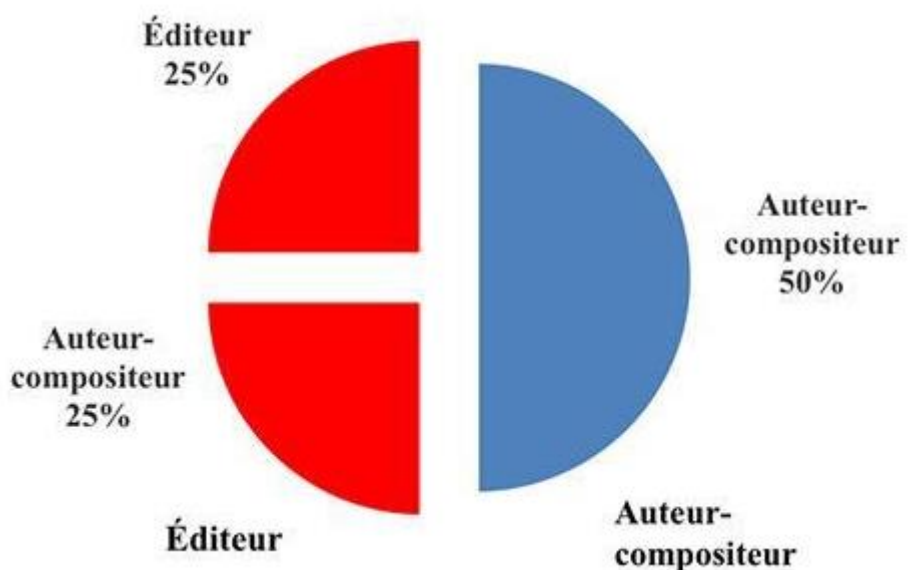


LE CONTRAT DE PRÉFÉRENCE/PACTE DE PRÉFÉRENCE/CONTRAT DE PREMIÈRE OPTION

L'auteur promet de céder à l'éditeur tout ou en partie de ses droits sur un certain nombre d'œuvres d'un genre défini, pendant une certaine durée. L'éditeur peut ou non exiger l'exécution.

LE CONTRAT DE COÉDITION

Le **contrat de coédition** est la norme dans l'industrie actuelle. L'éditeur et le créateur sont **copropriétaires des droits d'auteur**, et l'éditeur administre les droits d'auteur liés aux exécutions. Le contrat de coédition standard **accorde la moitié de la part d'édition à l'éditeur**, ce qui signifie que la part de propriété retenue par l'artiste est de **75/25** — c'est-à-dire que 50 % de la part d'édition est accordée à l'éditeur, donc 25 % de la totalité de la tarte. Le partage global des revenus d'édition pour les exécutions est de **75/25** en faveur de l'artiste.



LE CONTRAT DE SOUS-ÉDITION

Par le **contrat de sous-édition**, l'éditeur d'une œuvre confère à un autre éditeur le droit de percevoir des redevances générées par l'œuvre sur un ou plusieurs territoires. En principe, le sous-éditeur est la personne qui est censée représenter l'éditeur à l'étranger et l'aider à favoriser l'exploitation de ses œuvres sur ce territoire. La **sous-édition** est **différente de la coédition** dont elle se distingue par au moins deux éléments :

- Le coéditeur est, au même titre que l'éditeur, propriétaire de l'œuvre alors que le **sous-éditeur n'est qu'un cessionnaire de certains droits**.

- Le **sous-éditeur** n'est attaché à l'œuvre que **pour certains territoires** alors que le coéditeur perçoit généralement dans le monde entier.

Le **sous-éditeur verse à l'éditeur une avance** récupérable mais non remboursable sur les droits à venir. Comme pour toute avance, le sous-éditeur ne versera aucun droit à l'éditeur tant qu'il n'aura pas été remboursé lui-même. En effet, le contrat de sous-édition stipule que le sous-éditeur est autorisé à toucher la part de l'éditeur jusqu'à la récupération complète de l'avance. Il continuera de percevoir la part éditoriale mais en rétrocédera la moitié à l'éditeur.

LE CONTRAT DE DISTRIBUTION

Plutôt que de rejoindre une maison de disque reconnue, les frères du groupe **PNL** sortent leur musique eux-mêmes sous la bannière de leur label, *Que La Famille*, et ils la distribuent en format physique et numérique à travers la société **Musicast**, laquelle a été rachetée par **Believe Digital**. Le rôle de ce label est de jouer l'intermédiaire entre les deux rappeurs et les **grandes chaînes** tel que la Fnac.

The logo for Believe Digital, featuring the word "believe" in a bold, lowercase, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol (®).

Ce contrat est le plus simple de tous. Un artiste va se tourner vers ce type de contrat quand il a besoin d'un **distributeur**. Le rôle de la maison de disque avec laquelle l'artiste signe ce contrat, est de distribuer son album. C'est un grossiste et donc il va vendre les CD aux magasins. Il va leur vendre à un prix de grossiste, à un « prix de gros », d'où le **PGHT (Prix de Gros Hors Taxe)**. C'est « Hors Taxe » puisque la TVA est ajoutée après par le magasin puisque celle-ci est payée par le consommateur. Le **contrat de distribution** est idéal **pour les nouveaux artistes déjà bien structurés** (possède déjà un label) ou pour **ceux dont la volonté est de rester indépendant**. La maison de disque ne **possède pas les droits master**, c'est-à-dire n'est pas propriétaire des enregistrements sonores de l'artiste.

LE CONTRAT DE LICENCE OU DE CO-PRODUCTION

En 2014, le rappeur **PLK** forme le **collectif Panama Bendé** avec six autres artistes parisiens avec qui, il va participer à de nombreux open-mics et sortir deux EP. Suite au succès de cet EP, ils sortent quelques mois plus tard leur premier CD intitulé « *ADN* ». PLK a longtemps travaillé au côté de **Fonky Flav'**, membre du groupe **1995** et créateur du label **Panenka Music**. D'ailleurs, **1995** les invitera à faire leur première partie de concert. En novembre 2016, il lance sa carrière solo en sortant « *Dedans* » un premier EP de 5 titres puis une seconde mixtape intitulée « *Ténébreux* » en septembre 2017, qui va propulser le rappeur au sommet. Après ce projet, il signe avec le label **Panenka Music**.



Le **contrat de licence** est le **deuxième plus grand contrat** proposé par les maisons de disque ou labels. Ce contrat est passé **entre un producteur et une maison de disque/label**. En effet, lorsque le rappeur va signer un contrat de licence en maison de disque, son projet est déjà terminé. Il utilise ce contrat pour lui apporter les moyens de développer son album. Le label va donc offrir ses compétences et met à disposition ses services : budget, promotion, marketing, frais d'enregistrement, etc. **L'argent est donc géré par l'artiste lui-même** pour réaliser son projet et non à sa maison de disque ou label. Il est producteur de son propre contenu. Il donne le droit à un

organisme de reproduire sa musique et de la commercialiser. Le contrat de licence est destiné à des **artistes possédant leur propre structure**. Soit une société, soit un label. La maison de disque **ne possède pas les droits master**, c'est-à-dire n'est pas propriétaire de la musique de l'artiste.

Il est essentiel de garder ceci à l'esprit :

Avant de signer l'un ou l'autre contrat, il est conseillé de faire appel aux services d'un avocat pour bien en comprendre toutes les clauses.

LES ARTISTES INDÉPENDANTS SIGNENT AUSSI DES CONTRATS EN MAISON DE DISQUE

Les **maisons de disque** et le **rap français**, une relation basée depuis quelques années sur un "Je t'aime, moi non plus". Des personnes qui ont besoin l'une de l'autre mais beaucoup trop méfiantes pour s'entendre. Grâce à ces frictions entre elles, les rappeurs se sont ouvert une voie alternative, celle de l'**autoproduction**. Les maisons de disque produisent, éditent et distribuent avec d'autres partenaires. Liant toutes ces personnes entre elles, elles fonctionnent forcément à plus bas coût que les autres, et font rentrer plus facilement de l'argent dans les caisses. Et surtout, elles ont un pouvoir-clé : les **relations privilégiées avec les grands médias** qui ont tout pouvoir sur la visibilité de la musique. Et donc sur la santé économique de ceux qui investissent dans la création d'albums.

Enfin, elles avaient tout pouvoir. Jusqu'à l'arrivée d'**Internet**, qui a d'un coup brusquement élargi la voie de ceux vivant en-dehors du moule des maisons de disque. Ces artistes indépendants dont toutes les maisons de disque veulent s'arracher grâce à leur album défiant toute concurrence. De **vrais talents** qui ont débarqué dans le rap français durant les années 2010.

Principalement deux : **D'or et de Platine** et **QLF Records**. Ces labels sont commandés par des artistes extrêmement vifs dans la course aux ventes. Ces mecs-là n'avaient **aucun moyen pour réaliser leur album**. Alors, ils se sont faits tout seuls. Résultat : plutôt que de laisser une maison de disque encaisser le gain créé par leur vitesse sur le boulevard des ventes, ils récupèrent tout ce qui est récupérable. **En totale indépendance**.

Toutefois, ce n'est pas parce qu'un artiste est indépendant qu'il ne signe pas un **contrat en maison de disque**. Je vous explique. **Mauvais œil, Dans ma paranoïa, L'Orgasmixtape, Heptagone, Vivre et mourir à Dakar** : tous ces classiques du rap français ont tous été enregistrés sous le label **Musicast**. Connaissez-vous ce label? Cette structure montée par **Julien Kertudo** il y a une quinzaine d'années est devenue indispensable au fonctionnement d'un grand nombre de labels et artistes indépendants. Il est la véritable colonne vertébrale de la scène indépendante. Qu'ils soient de gros vendeurs comme **Jul** ou des artistes qui veulent s'affranchir de ce système traditionnel comme **Demi-Portion**, les rappeurs se retrouvent obligatoirement face à la **nécessité de devoir distribuer** leurs disques en magasins ou sur une plateforme de téléchargement.

« Musicast a été créé il y a une quinzaine d'années, raconte Julien Kertudo, sur la base d'un simple site en ligne, à l'époque de la fameuse bulle internet. Je travaillais dans un magasin d'instruments de musique, et j'avais entrepris de monter une école de musique à côté. Au sein de cette école, j'ai rencontré pléthore de professeurs de guitare, de clavier, de batterie, de saxo ... Ces gens commençaient à faire des disques eux-mêmes. C'était le début de l'autoproduction, tout était très rudimentaire mais tu pouvais commencer à graver des CDs avec un PC, créer des visuels avec Photoshop, et même t'enregistrer toi-même par le biais de logiciels spécialisés. Pour ces artistes, le problème qui s'est rapidement posé a été de vendre leurs disques ».

Julien Kertudo reprend « On a monté un site dans le but de présenter les artistes, avec des photos, des vidéos, du son, et donc évidemment, la possibilité d'acheter les disques. **Rapidement, j'ai compris que ce petit site ne suffisait pas pour diffuser nos productions**. J'ai donc pris mon catalogue sous le bras, et je me suis rendu chez **Gibert, boulevard Saint-Michel**. Il m'a dit « ok, l'idée est super, je reçois des autoproduits chez moi tous les jours. Si l'idée te plaît, je les renvoie vers vous, vous me faites une sélection, et je m'occupe de les mettre en avant toutes les semaines ». Il m'a aussi mis en relation avec son ancien directeur de rayon, qui était passé

chez Virgin. Ils ont également trouvé l'idée super, et ils nous renvoyé tous leurs indépendants... Et petit à petit, on a monté un véritable catalogue de distribution au niveau national, dans tous les magasins de France. »

Plutôt électrique à ses débuts, le catalogue de **Musicast** se recentre peu à peu sur le rap français. « *Après la bulle internet, la scène hip-hop française a commencé à exploser. Il y avait plein d'artistes doués, mais qui faisaient souvent un peu peur aux maisons de disques. Ils manquaient souvent d'organisation, ils ne connaissaient pas les codes de fonctionnement de l'industrie, et les magasins nous les renvoyaient directement. Ça nous a permis d'étoffer un peu plus notre catalogue.* » En quelques années, **Musicast** devient donc le distributeur principal de toute une frange de la populace artistique française. Les rappeurs, fatigués de démarcher en vain les majors, et désabusés par le nombre incalculable de portes barricadées, trouvent chez **Musicast** un interlocuteur de confiance, idéal pour les aiguiller sur les routes carambolées des circuits parallèles de l'industrie du disque. Résultat, une flopée de gros classiques du rap français se retrouve estampillée **Musicast**. « *On a par exemple distribué le premier EP de Casey, **Ennemie de l'ordre**, dès sa sortie, mais aussi **Hostile au Stylo**, sa première mixtape. Et puis, on s'est également attaché à retrouver et rééditer quelques gros classiques du rap français en CD, mais aussi en vinyle. Le catalogue 45 scientifique en fait partie, avec **Mauvais Oeil**, **Temps Mort** ... On a aussi **Les Sages Poètes de la Rue** ou **La Cliqua**, en CD et vinyle, tout **Ideal J**, ainsi que les premiers albums de **Kery James**, qui sont restés sur des labels indépendants.* »

Le système mis en place par **Musicast** est en effet transparent à tous les niveaux. **Sur un album vendu 10 euros au disquaire (qui prendra bien évidemment une marge supplémentaire), l'artiste touche directement 6 euros.** Un pourcentage déjà élevé, qui est même revalorisé sur les ventes digitales, pour atteindre 7 euros. Tout bénéf pour le chanteur et son producteur, un peu moins pour Musicast ... qui y trouve quand même son compte : « *Ce qui nous intéresse, c'est d'avoir un discours cohérent : distributeur, c'est un métier ; producteur, c'est un métier à part. Et l'essentiel du travail, c'est quand même la production de l'album. Je ne me vois pas faire de la production demain. On essaye donc de rétrocéder au producteur la part maximum de ce qui est quand même son travail. On est partis sur les taux classiques du marché, en les améliorant.* » Musicast y trouve également son compte. En laissant à ces clients un tel pourcentage, le label attire l'attention sur la qualité de ses services, et se construit petit à petit un catalogue monstrueux.

<https://culturap.fr/comment-fonctionne-lindustrie-musicale/#:~:text=L'%C3%A9diteur%20phonographique%20est%20charg%C3%A9,de%20l'artiste%20a%20g%C3%A9n%C3%A9r%C3%A9>