

# **SYNTHESE DE L'APERO-RENCONTRE DU 04/05/07 AU CHABADA :** **DIFFUSER SA MUSIQUE SUR INTERNET : Pourquoi faire ? Comment** **faire ?**

**Intervenants** : Manu Legrand (Biche Prod – Resistenz et MC Circulaire) et Ronan Potage (Webmaster Radio Prun')

**Nombre de participants** : 9

## **Préambule** :

**Deux questions à toujours se poser** : « où on en est » et « ce qu'on veut faire »

**Contexte** : Nous assistons en ce moment à de nombreuses mutations en ce qui concerne la diffusion des oeuvres musicales. Avec la dématérialisation de la musique, le cd et donc le format « album », né au siècle dernier, sont appelés à passer au second plan.

## **1. Quels objectifs**

### **Deux objectifs** :

- Faire écouter sa musique au public et aux professionnels.
- Outil de distribution : vendre ou donner sa musique sur internet.

### **Trois modes de diffusion** :

- **On se débrouille seul** : Le site Internet du groupe organise lui même son catalogue de vpc. Dans ce cas, il ne s'agit pas de circulation de musique sous forme digitale. Pour passer à l'étape suivante, il est nécessaire de se munir d'un serveur permettant le stockage et un flux conséquent de fichiers musicaux. Il est également nécessaire de s'affilier à un organisme de paiement en ligne (cybermut, paypal...) et de respecter les règles régissant toute activité commerciale. D'où l'intérêt de se tourner vers des intermédiaires.
- **Les labels**. Suite à la crise du disque (baisse très significative des ventes de cd), les maisons de disque, même les plus modestes, réorientent une part de leur activité vers la vente en ligne : [www.prikosnovenie.com](http://www.prikosnovenie.com) / [www.foutadawa.com](http://www.foutadawa.com)
- **Les portails spécialisés** (VirginMega, Napster, iTunes world, Fnacmusic, DRA, Orange, SFR, Vodafone, DD2, Yahoo Launch, Aol, T-online...). Comme avec un label, il s'agit de passer un contrat, donc d'être tout à fait au clair en ce qui concerne les droits sur les morceaux. En

effets, outre la vente proprement dite, les artistes cèdent, pour une période donnée, leur droit de représentation à la structure contractante (pour la promotion du site, la communication publique...). Les ayants droits sont rémunérés au pourcentage des ventes, comme dans le cadre de la vente physique de la musique (ex : [www.believedigital.com](http://www.believedigital.com) reverse 60% des ventes, <http://www.bluezik.net> 25% mais la latitude des artistes n'est pas là même sur ces deux plateformes.

## **2. Comment organiser son travail**

### **- Les outils de démarchage :**

Il faut disposer de son, de texte et de visuels. En ce qui concerne les photos, attention à bien disposer des droits.

### **- Les outils de relance :**

La newsletter est un outil particulièrement efficace pour entretenir de relations privilégiées avec les auditeurs/internautes et pour tisser des liens avec les professionnels. Pour ces derniers, programmeurs, labels, journalistes.... il est cependant obligatoire de pratiquer des relances spécifiques (téléphone, mail...).

La constitution et l'entretien d'un réseau est nécessaire pour faire avancer le projet grâce à des outils comme « L'officiel de la musique » et à une veille active (sur Internet mais aussi au quotidien, dans la presse, les salles de concert, les festivals...).

## **3. Comment faire techniquement ?**

### **Logiciels :**

- **GarageBand (Mac)**
- **PodProducer (PC)**

**L'Hébergement :** Cela signifie de loger son site Internet et sa musique sur un serveur

### **- Trouver un nom de domaine**

- Entre 4€/an et 20€/an seul
- Souvent inclus dans les packs d'hébergement
- Bien choisir son nom de domaine
- .org - Association
- .fr - Français
- .com - Divers
- .eu - Européen
- .info
- .mobi - Destiné aux petits écrans

## - Type d'hébergement et exemples

### L'hébergement commercial : exemples

- OVH (Hébergement gratuit / Hébergement MEDIA plan)
  - 2 Go d'espace DD
  - 4 noms de dom.
  - 1600 Go/mois de bande passante<sup>1</sup>
  - 20€/mois
- 1&1 (Hébergement Pro performance)
  - 2 Go d'espace DD
  - 5 noms de dom.
  - Création de site facilitée grâce aux outils fournis en ligne

### L'hébergement associatif (No Host) :

- Hébergement à la carte
- Meilleurs tarifs
- Offre plus « humaine »
- Interlocuteur unique et disponible
- Infrastructure moins conséquente pour de « gros » sites Internet
- <http://nohost.noweb.org>

### Ex 1 : l'utilisation du streaming appliqué au besoin d'une webradio par exemple (128 kbps)

- Impek.tv
  - 49€/mois pour 50 cnx
  - Offre allant de 50 à 500 cnx max
  - Fiable et garanti
  - 10 Go de stockage avec gestion de pub et jingles
  - Commercial
- No Host
  - 41€/mois pour 100 cnx
  - Offre allant de 50 à 100 cnx
  - Fiable
  - 10 Go de stockage
  - Associatif

### Ex 2 : l'utilisation de sites communautaires

- Myspace
  - Avantages : Faire partie d'un réseau / Se faire connaître / Promotion sur le web / Effet de mode
  - Inconvénients : Mocheté insoutenable / Impossibilité de sortir du modèle Myspace / Maintenance agaçante et longue
- Last.fm
  - Site Web 2.0
  - Basé sur ses goûts
  - Référencement
  - Base d'utilisateur importante

---

<sup>1</sup>- La bande passante est la quantité de données qui transite de votre serveur à la machine du client. Elle est souvent calculée sur un mois. C'est ce qui pèse le plus dans le calcul du coût total d'un site Internet (Ex : Podcast de 10 Mo transmis à 1000 pers. = 10 Go de bande passante).

- Découverte de nouveaux artistes

## **Formats de diffusion : Podcast, extraits, musique gratuite/libre :**

- **Podcast :**
  - En MP3<sup>2</sup>
    - Pour une seule musique ou un seul son
  - En AAC
    - Chapitrage
    - Liens connexes ou publicitaires
    - Images
- **Extraits sur Site :**
  - Le player Flash est un bon moyen de limiter élégamment l'écoute ou le téléchargement d'une musique
  - Attention cependant : Tout ce qui est écoutable est copiable.
- **Téléchargement libre :**
  - En MP3
    - Large diffusion par le bouche à oreille
    - Non culpabilité de l'internaute
    - Publicité gratuite
    - Communautaire, libre, profite d'une bonne image du public
- **Musique gratuite<sup>3</sup>**
  - Publicité gratuite
  - Bouche à oreille
  - Bonne image de marque
  - Communautaire

## **Différentes techniques de diffusion selon les objectifs**

### Promotion d'un album

- Extraits disponibles sur site (Flash)
- Liens vers les principaux MusicStores
  - iTunes
  - Fnac
  - Virgin
- Stores associatifs et/ou spécialisés

---

<sup>2</sup>- 128 kbps (MP3) est le seuil de compression limite à ne pas dépasser. 96 kbps pour l AAC est un format plus efficace. La bonne qualité d'écoute d'une musique est indispensable, la baisser ne ferait que détruire votre image de marque.

<sup>3</sup>- Musique gratuite : Le copyright s'applique sur votre musique distribuée gratuitement, une mention d'autorisation de diffusion est donc nécessaire.

Musique Libre : le droit d'auteur est conservé, mais la loi automatique du copyright n'est plus associée à votre musique.