

SYNTHESE DE L'APERO-RENCONTRE DU 07/12/02 AU CHABADA : L'AUTO-PRODUCTION

Intervenants : Fabrice Nau (Cerclère/Shoshin sounds)
Romain Fustenberg (Tremolino)

Public concerné : artistes et groupes ayant réalisé un premier enregistrement ou l'envisageant
Nombre de participants : 33

1- Définition de l'auto-production

L'auto-production repose sur deux principes :

- Le cumul de plusieurs métiers distincts dans la filière professionnelle :
 - auteur-compositeur (écrit les textes et compose la musique)
 - interprète (joue les morceaux)
 - producteur exécutif = structure (association, sociétés) finançant l'enregistrement (studio, salaires et frais divers)
 - éditeur phonographique = structure finançant la fabrication et sa duplication

Dans la situation d'auto-production, l'artiste interprète cumule souvent toutes ces fonctions.

- L'autofinancement : il peut se faire de manière directe à travers les fonds propres du groupe mais aussi à travers la mise en place d'une souscription

Dans tous les cas, l'artiste a tout intérêt à réduire au maximum les coûts et doit pour cela établir un budget.

Les questions connexes posées par le public :

- Les aides : elles sont de deux types :
 - **aides publiques** : il n'existe pas de dispositif spécifique (lié à la massification des projets d'auto-production, des progrès technologiques, la dimension commerciale), mais des aides en direction des « jeunes » peuvent accepter des projets d'autoproduction (espace jeunes de Cholet, Direction Départementale Jeunesse et Sports dans le cadre du « Défi Jeunes »)

- **aides privées** : les sociétés civiles comme l'A.D.A.M.I, la S.P.E.D.I.D.A.M, la S.P.P.F et la S.C.P.P proposent des aides spécifiques mais sont peu voire pas accessibles aux projets d'auto-production car doivent respecter les règles en vigueur dans le monde professionnel (déclaration, rémunération,...).

Le choix d'une structure de production dépend largement des objectifs motivant la création de cette structure (Pour plus d'information, fiches pratiques de l'IRMA N°11 « Choix d'une structure de production » et N°12 « Les aides au disque » sur : www.irma.asso.fr).

2- La définition des objectifs

Deux possibilités à la base :

- un usage exclusivement promotionnel
- un usage destiné aussi à la vente

Cette étape est essentielle dans la mise en oeuvre de votre projet. La définition des objectifs aide à définir le budget. Cela vous permettra de prévoir toutes les dépenses et toutes les rentrées d'argent pour voir si ça colle avec vos moyens.

3- Les coûts d'enregistrement

- Faire des choix dans les titres à enregistrer, par exemples en :
 - faisant appel à des oreilles extérieures
 - définissant le nombre de titres vraiment nécessaires
 - choisissant les titres que vous maîtrisez car permet un gain de temps en studio
- Le choix du studio (home studio, local de répétition, studio professionnel) se fait :
 - en fonction bien sûr des moyens (il existe aujourd'hui sur le département des studios "pros" à des tarifs abordables).
 - selon le genre de musique (ex : un enregistrement un peu "live" peut rendre mieux justice à vos morceaux qu'un mauvais enregistrement studio, surtout dans le cas d'une démo promo genre gravée sur CD-R).

D'une manière plus générale, il est fortement conseillé de faire une pré-production : cela consiste à préparer l'enregistrement, éliminer tous les problèmes qui font perdre du temps en studio, donc de l'argent ou de la qualité finale (ex : un mixage bâclé car plus assez de temps).

- Le mastering : élément essentiel avant la fabrication pour la compression et la correction du son. Normalement cela coûte cher dans des studios dédiés à cela. Aujourd'hui des studios locaux le proposent, on peut aussi le faire chez soi (logiciels) mais il faut aussi des bonnes écoutes et de bonnes oreilles. Le mastering "maison" sera généralement réservé à des démos.

4- Les coûts de fabrication

- Pour les définir et donc mieux les contrôler, il est important de bien évaluer les différents choix possibles et notamment :

- la durée (CD "maxi" ou "Album")
- la forme du packaging (CD "crystal", Digipack ou encore une simple pochette cartonnée blanche sur laquelle on rajoutera un autocollant)
- les films des pochettes (prix variables entre 76 € et 152 € / généralement, il vaut mieux les faire sur place comme par ex. A4 éditions à Angers, les prix sont plus intéressants et le contrôle du résultat plus facile)
- le glass master (<22'=228 € >22'=274 € / il ne se paie que lors de la première fabrication)
- le nombre de disques pressés (il est préférable d'en faire fabriquer 300 et qu'ils soient tous vendus plutôt que d'en prendre 1000 dont la moitié va rester dans les cartons)

Tarifs indicatifs CD<25' (TTC Glass Master inclus)

1 à 3 couleurs sur le CD

	Couleur jaquette	100 ex	soit à l'unité	200 ex	soit à l'unité	500 ex	soit à l'unité
cd nu	0	365 €	3,66 €	457 €	0,76 €	655 €	1,37 €
Pochette carton	4	550 €	5,5 €	640 €	3,2 €	762 €	1,52 €
Boitier maxi cd	Ext : 4 / int : 1			670 €	3,35 €	853 €	1,68 €
Jewel box	Ext : 4 / int : 1 / Black 4			686 €	3,51 €	853 €	1,68 €

- Ne pas oublier non plus :

- les formalités S.D.R.M (Société pour l'administration du Droit à la Reproduction Mécanique) : 01 47 15 47 15 / 16 place de la Fontaine aux Lions - 75019 Paris.
- les délais de fabrication (en moyenne 2 semaines mais prévoir de la marge c'est toujours mieux pour ne pas se retrouver sans disque à vendre sur deux ou trois concerts importants). Concernant le paiement, on paie en général 50 % à la commande, le reste à la réception et savoir que les quantités, et donc le prix, sont toujours à + ou - 10%...

- Les questions connexes posées par le public :

- la protection de votre oeuvre peut se faire par le biais : d'un auto-envoi de l'oeuvre avec accusé de réception (ne jamais l'ouvrir car servira en cas de litige), du Syndicat National des Artistes Compositeurs (32 € pour quatre morceaux / durée de validité 5 ans / 01-48-74-96-30 / Service des dépôts - 80 rue Taitbout

75009 Paris), de la SACEM (environ 105 € par auteur-compositeur / 02-41-23-12-80 / 16 rue des Arènes à Angers)

- la protection du nom de groupe : Institut National de la Propriété Intellectuelle (environ 300 € / 01-53-04-53-04 / 26 bis rue de St-Petersbourg 75008 Paris)

5- La vente

Deux possibilités s'offrent à vous :

- trouver un distributeur :
 - il est souvent très difficile pour une auto-production de trouver un distributeur (baisse du nombre des disquaires indépendants, augmentation de l'offre de disques). Les conditions du marché leur imposent de travailler des disques qui vont se vendre un minimum.
 - attention, signer un contrat avec un distributeur ne signifie pas pour autant que votre disque va être présent dans les bacs des magasins. Pour les petits groupes, ça implique de toute façon du travail car nécessite par ex. de vérifier que la mise en bac coïncide avec les dates de concerts.
 - Trempo Distrib propose un service de conseil et de distribution des auto-produits (douze points de vente / 02-40-46-66-11 / 51 bvd de l'Egalité 44000 Nantes)
- l'auto-distribution :
 - Se renseigner pour savoir quels magasins acceptent les auto-productions car par exemples chaque FNAC, chaque Leclerc a sa propre politique.
 - Etre organisé en faisant coïncider le dépôt de disques en magasins avec les dates de concerts, nouer des contacts réguliers avec les responsables de rayon.

Découpage indicatif du prix d'un disque :

Prix public	18,23 €	
TVA	2,99 €	
Prix H.T magasin	15,24 €	Marge du magasin : 3,05 €
Prix de gros H.T du distributeur (PGHT)	12,20 €	Marge du distributeur 4,27 € (jusqu'à 40% du PGHT)
Chiffre d'affaire de l'éditeur/producteur	7,93 €	
Fabrication CD	1,22 €	
Droits d'auteurs (SDRM)	1,1 €	
Redevance artistes ou royalties	1 €	
Redevance réalisateur	0,2 €	
Marge de l'éditeur-producteur	4,41 €	Amortissement des frais de production et de promotion

6- La promotion

- Il y a toujours des frais de promotion et/ou de démarchages, il est donc souhaitable d'inclure dans votre budget prévisionnel :

- photocopies pour la présentation du groupe
- enveloppes et les timbres pour quelques envois.
- tracts annonçant la sortie du disque etc.
- frais téléphoniques
- frais d'essence

- Ne pas oublier qu'avoir de bonnes idées de présentation / visuel / logo ça aide vraiment à rendre un disque attractif autant pour les auditeurs que pour les magasins, distributeurs, journalistes, programmeurs...

Ressources et contacts :

- Information et conseil sur l'auto-production : Fabrice Nau / Cerclère / 02-41-34-93-87
- « L'auto-production » aux éditions IRMA (une mine d'info sur toutes les étapes de la production à la diffusion) et « L'officiel de la musique 2003 » (contacts labels, distributeurs, ...) consultable entre autre à l'ADDM 49 (15 rue Hanneloup / Angers) et à la Cerclère (route de Briollay / Angers)