

## **L'autoproduction est-elle un moyen ou un but ? Ou les deux ?**

Un groupe sans disque c'est comme Aimé sans Jacquet, ça tourne pas rond..  
Voilà pourquoi dans la série « Do It Yourself » ou « on n'est jamais mieux servi que par soi-même » nous nous permettons de vous livrer quelques éléments pour réaliser au mieux votre propre production.

Le disque a toujours bénéficié d'une aura particulière, même si de nos jours, il est devenu à la portée de « tout le monde ». La production est en effet désormais accessible aux petits budgets alors que les portes des maisons de disques restent toujours très difficiles à ouvrir, en dessous d'un certain seuil de vente.

Pour rappel, d'après le code de la propriété intellectuelle, le producteur de phonogrammes est celui « qui a l'initiative et la responsabilité de la première fixation d'une séquence de sons ». La fonction du producteur est bien précise, elle se borne à fixer (c'est-à-dire à enregistrer) une séquence de sons. Cet enregistrement est contenu dans un support qu'on appelle bande master ou bande mère. C'est à partir de cette bande qu'on pourra fabriquer des disques et des cassettes.

Phénomène de mode, opérations multiples, à noter qu'il semble y avoir un courant « tendance » dans l'autoproduction, internet y étant sans doute pour beaucoup, signalons la belle compilation « Destination France Rock » sortie cet été chez Warner, mêlant artistes signés et indépendants.

Pour se lancer dans l'autoproduction, l'artiste doit assumer sa décision et ne pas naviguer entre une autoprod. « plus ou moins carte de visite » et une autre « qu'on essaiera peut-être de vendre ».

L'autoproduction est donc un choix.

Choix éthique « refus d'intégrer le système , volonté de maîtriser de A à Z son parcours »

Choix économique, car il n'est pas toujours plus rentable d'être produit par une maison de disques. Depuis la loi des quotas imposés aux radios en 96 , on peut compter par centaines le nombre d'artistes signés mais jamais travaillés, relégués aux placards dorés, rejoignant ainsi les gros cafards transgéniques nourris au luxe des maisons de disques.

Ou enfin choix stratégique: nombre d'autoproduits sont réalisés par l'urgence et la nécessité de disposer d'une carte de visite pour se faire connaître ou démarcher en vue de concerts. L'autoproduction vous permettra ainsi de ne pas attendre le bon vouloir d'une maison de disques et de continuer à avancer dans votre développement de carrière.

Le choix du format que prendra l'autoproduction (cd, k7, vinyl, 4 titres ou album) dépend une fois encore essentiellement des objectifs fixés et du budget dont vous disposez.

Sous une même rondelle s'abritent une infinité d'envies, de stratégies, d'itinéraires et d'objectifs.

Mickey 3D prend son envol aujourd'hui sur Virgin après d'excellents résultats de leur 1er opus autoproduit; même topo pour Tryo, Matmatah sur d'autres compagnies.

L'autoproduction se décompose en trois parties principales:

L'enregistrement, la fabrication (pochette/gravure/pressage), la promotion / distribution

Ces 3 parties pourraient être régies selon 3 « règles » de base:

L'organisation, le conseil, la recherche de partenaires

C'est bien connu, on n'a rien sans rien. Un projet de production même aussi minime soit-il, nécessite certaines dépenses incompressibles (studio, mixage, mastering, fournitures, bandes, fabrication, gravure, pressage, conception pochette, promo, « salaires musiciens » + techniciens, repas, hébergements, déplacements, SDRM).

Ces dépenses doivent être parfaitement budgétisées et respectées si vous ne voulez pas être complètement endettés avant la sortie de votre galette.

Parce que autoproduction ne rime pas forcément avec illégalité ou clandestinité, le choix d'une structure juridique s'impose. Plusieurs solutions sont possibles:

L'association (loi 1901) ou les structures commerciales type: SARL, EURL SCOP, SNC.

(Fiches explicatives disponibles au bureau)

Il n'y a pas d'exemple type, chacune de ces possibilités comporte des avantages et des inconvénients. Souplesse pour l'une, subventions publiques et / ou privées possibles pour l'autre.

Avant de vous lancer tambours battants dans votre projet, n'oubliez pas d'effectuer les démarches nécessaires auprès de la Sacem, vous êtes auteur / compositeur / interprète et producteur, protégez donc vos droits et pensez à en gagner. La SACEM vous fera parvenir par la suite le formulaire SDRM (Société pour l'administration du Droit de Reproduction Mécanique) avant le pressage.

Sans partenaire, la route risque d'être très longue ou très courte selon votre motivation car vous risquez d'être complètement noyés par le système par manque de moyens, de temps, ou tout simplement par méconnaissance.

Ces apports publics (collectivités locales et territoriales) ou privés (apports personnels, dons, mécènes, fondations, sociétés civiles: \* FCM; ADAMI, etc) répondent bien entendu à certains critères, mais ils ont le mérite d'exister alors renseignez-vous.

Dégagé de ces modalités administratives et financières, vous allez pouvoir rentrer en studio ou home studio selon vos besoins.

Attention, le studio est en général ce qui coûte le plus cher. Il est donc primordial de bien évaluer vos besoins. N'hésitez pas à le visiter avant de vous engager et imprégnez-vous de ce « bruit » du silence si particulier. En studio, il est important de se sentir chez soi. Parfois un 8 ou 16 pistes peut suffire. Certes, la dynamique ne sera pas la même qu'avec un 24/32 analogiques ou digital, mais on prend rarement l'hélicoptère quand une trottinette suffit. Dans le Caf Zic N°25, Mimi des Timides témoigne dans ce sens de sa dernière expérience en studio pour l'enregistrement de leur dernier album « Un homme seul » : « La qualité des productions dépend de la qualité des hommes. Moi qui avait l'habitude d'aller dans de gros studios et de me

ruiner, un studio comme celui de Blois où nous avons travaillé me semble beaucoup plus judicieux ».

Surtout soyez cohérent, il s'agit également de trouver et de laisser travailler la bonne personne derrière les manettes, car on en revient toujours au même, un studio sans ingénieur du son c'est comme Herbert sans Léonard, ça n'a rien de puissant. Si l'enregistrement de base est juste dans son traitement du son, le C.D. transmettra ses lacunes et ses imperfections.

Dans l'idéal, l'apport d'un « producer » est souhaitable. Ce personnage plus ou moins mythique, très difficile à trouver, va directement interférer sur ce que le groupe a de plus intime: sa création. Sans Gordon Gadsden des Violent Femmes, Louise n'aurait sans doute pas Attaqué grand monde.

Cette personne dotée de compétences musicales et techniques doit être en outre un fin psychologue, sinon c'est l'effet « loft » assuré ou au choix le maillon faible (à dégager).

Le mixage peut se faire ailleurs que dans le studio dans lequel vous avez enregistré, et surtout quelques jours plus tard, de quoi vous laisser prendre du recul. La dernière phase avant la fabrication sera le mastering .

Opération délicate et primordiale qui permet de corriger ou nettoyer quelques éléments néfastes sur la bande (bruits de fond avant et après chaque morceau). Mais aussi de mettre les bandes en conformité avec les normes du CD puis de préparer l'ordre des morceaux avec les informations nécessaires (minutage précis). Ces étapes peuvent être effectuées par un particulier, à l'aide d'un graveur de CD et d'un logiciel spécifique.

Mais le mastering ne s'arrête pas là, il permet également de faire « sonner » votre production quelque soit le système d'écoute. Il s'agit de compresser, c'est-à-dire réduire la différence entre le son le plus fort et le son plus faible. Un morceau très compressé peut paraître plus fort qu'un autre moins compressé qui aurait plus de niveau.

Lors du mastering, on peut enfin rajouter des effets comme des reverb, raccourcir certains passages, voire même les rallonger. Alors, surtout si vous souhaitez confier cette tâche à un studio professionnel, il est plus que conseillé d'assister au travail, car il induit de véritables choix artistiques.

Pour le livret, n'oubliez surtout pas les mentions et logos obligatoires tels: copyright, SACEM / SDRM, nom des auteurs compositeurs, l'espace pour le code barre (délivré par certains presseurs), le numéro de référence du disque, le logo du CD, le nom de la société de pressage, l'année de la publication, la mention « interdit à la vente » si le C.D est promotionnel, le ou les logos des partenaires éventuels.

Un nombre minimum de disques à presser sera exigé par le fabricant lors de votre première commande. Ce minimum est souvent de 500 mais peut parfois être de 300 ou 1000 exemplaires.

Une fois que vous avez remis tous les éléments nécessaires à la société de pressage (bandes, films, bon de commande, autorisation SDRM, etc), il s'écoulera suivant la société entre 7 à 10 jours avant la livraison de vos disques cellophanés. Reste à adresser 2 exemplaires à la Phonothèque Nationale pour recevoir un numéro de dépôt légal sous lequel votre disque sera répertorié, cette démarche est obligatoire avant l'ultime phase de la distribution.

Pour cette dernière étape, encore une fois, plusieurs possibilités peuvent être envisagées.

La souscription : règlement en amont de la réalisation du C.D., source de trésorerie non négligeable.

Le dépôt vente: démarche militante mais difficile à gérer sur le long terme.

L'auto-distribution ou la vente sur le lieu du concert + showcase : judicieux mais attention à bien gérer votre stock .

La distribution via un distributeur par contrat de distribution, et dans ce cas en tant que producteur / éditeur, vous devez tout prendre en charge: la fabrication du disque ainsi que les frais liés à la promo. Tâche assez lourde financièrement et logistiquement . Le groupe doit alors absolument tourner sur le plan national s'il souhaite être distribué partout.

Le distributeur se chargera uniquement de mettre les disques en bacs et empochera pas moins de 40% en moyenne des ventes sur le prix de gros hors taxe.

La distribution peut également s'effectuer par un contrat de licence. Une fois l'oeuvre fixée dans la bande, le producteur va pouvoir concéder une licence d'exploitation à un éditeur qui sera chargé de la fabrication et de la diffusion des phonogrammes pour une durée et un territoire donnés.

Le producteur reste propriétaire des bandes et est rémunéré par un pourcentage sur les ventes de disques. En général, pour une autoproduction, on peut compter entre 16 et 18% du prix de gros hors taxe sur 90% des ventes. Ces éléments sont bien sûr donnés à titre indicatif, tout peut se négocier (budget promo, nombre d'exemplaires pressés, date de la commercialisation, etc). Le contrat de licence est en général une bonne opportunité.

Vous pouvez également opter pour la solution stratégique et relativement efficace, la vente par correspondance par catalogue avec internet, les fanzines ou associations diverses.

Dans tous les cas , un travail de fond auprès des médias et professionnels du secteur: (radios, fanzines, presses spécialisées et locales, T.V., associations, internet et réseaux parallèles) est indispensable pour créer comme on dit le « buzz ».

Soyez généreux, les retombées en valent le coup. Une bonne chronique alimentera le bouche à oreille et pourra vous faire gagner des ventes ou des concerts.

L'autoprod. permet d'acquérir sans conteste une expérience utile et vous permettra de mieux maîtriser tous les aspects liés à la filière du disque pour se sentir prêt le jour J, pour ceux dont l'objectif principal est la signature.

Cette forme de production apparaît donc de plus en plus comme un recours, sinon comme une 1ère étape obligée à la carrière d'un artiste.

Mais attention, l'autoproduction n'est pas une mince affaire et encore moins une solution miracle .Il faut avant tout être rusé, méthodique, motivé, mature et assez talentueux pour posséder le petit truc qui vous distinguera . Alors, Just do it et bon courage!

Bon plan: pour les autoproduits et petits labels: Depuis septembre 2001. Mise en ligne du site: « hydrophonics.org » 06 62 41 56 71 : Pascal.

Contacts utiles:

Studios, liste des presseurs et duplicateurs, Sacem, Phonothèque nationale, \* FCM: Fonds pour la création Musical \* ADAMI: Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens -interprètes.

Tarifs en vigueur disponibles au bureau de LMA: 05 58 55 51 15 ou 05 58 55 51 05 (fax)  
LMA - BP 8 / 40465 Pontonx sur l'Adour.

Dossier réalisé par Stéphane Greco  
Avec les sources précieuses de l'IRMA +  
le guide « Autoproduire son disque »  
Ludovic Gombert / Aymeric Pichevin