Home
Distribuer

Une fois aboutie la production de la musique, qu'elle soit sur support physique ou numérique, il vous faut la distribuer. C'est-à-dire l'amener au consommateur final via les bons canaux. Comment s'y prendre ?

La distribution, c'est une tâche qui sollicite beaucoup trop de points de contacts avec le consommateur (magasins, plateformes de distributions) et sur un territoire beaucoup trop vaste (qu'il soit géographique ou numérique), pour que vous puissiez vous en charger seul dans la plupart des cas, même si Internet a largement facilité les chose. Pour cela il existe des distributeurs, ou des solutions de distribution.

La distribution physique

Entreprises avec différents points de vente

Elle consiste en **un certain nombre d'entreprises réparties en France et dans le monde, qui gèrent des comptes avec les différents points de vente** : Kuroneko, Bigwax, Modulor, PIAS, Wagram…

Majors et labels indépendants

Les majors du disque (Sony, Warner et Universal) et les labels indépendants majeurs (Because) se chargent évidemment aussi de la distribution des artistes de leur catalogue, que ce soit en contrat d'artiste ou en licence.

Pour parvenir à distribuer votre musique, il vous faudra donc contracter avec un de ces distributeurs, si votre catalogue l'intéresse.

Votre choix se fera en fonction des conditions que vous obtiendrez (taux de reversement, montant des frais, prestations prises en compte ou non comme la promotion, la fabrication des supports) ainsi que la force de frappe du distributeur ou des territoires qu'il couvre.

A lire :

- Le guide ultime des meilleurs disquaires de musiques électroniques en France

La distribution numérique

Plateformes de streaming et de téléchargement

Il s'agit de rendre ses morceaux et albums disponibles sur les **plateformes de streaming et de téléchargement**, payantes (Apple Music, Amazon, Spotify Premium, Deezer Premium, NetFlix, Tidal, Qobuz, Google Play, Beatport, Juno, Deejay…) ou gratuites (Spotify Basic, Deezer Basic, YouTube…).

Agrégateurs et distributeurs numériques

Des **agrégateurs** et des **distributeurs numériques** sont spécialisés en la matière (Believe, Idol…) et les distributeurs physiques assurent aussi ces tâches pour leurs clients. Un agrégateur acceptera de distribuer un artiste seul parce qu'il se paiera sur des frais de mise en ligne ou un abonnement, là où un distributeur sera plus sélectif car il se rémunèrera sur les ventes.

Là aussi, vous contracterez avec un distributeur en vous basant sur un comparatif des taux de reversement, des frais, des plateformes desservies, de la renommée...

Notez que des outils permettent aujourd'hui de mesurer l'impact global de sa présence sur internet. Ainsi, la start-up française Soundcharts propose un tableau de bord qui agrège les *datas* de toutes les plateformes, playlists et réseaux sociaux de vos morceaux.

La vente directe

Vous pouvez choisir de vendre vos disques et vos fichiers vous-même sur votre propre magasin en ligne, via votre site internet et des envois postaux pour le physique et des solutions internet pour les fichiers. C'est un travail de fourmi qui vous rapportera plus proportionnellement, mais qui a un impact moindre à court voire à moyen terme, et qui vous force à assurer vous même la manutention de vos ventes et leur coût (emballages, envois postaux).

Bandcamp

La solution de vente digitale directe la plus répandue est Bandcamp, qui vous servira de magasin en ligne standardisé. Les frais que prend Bandcamp peuvent parfois être offerts en fonction de l'intérêt que la plateforme porte à votre catalogue. Il vous faut là aussi enrichir la plateforme de vos contenus (son, images, textes), supporter la manutention et les coûts des envois postaux si vous n'y vendez pas que du numérique, ainsi qu'animer votre communauté de fans via les réseaux sociaux.

Solutions "coopératives"

Il existe également des **solutions « coopératives »**, comme cd1d.com, fédération nationale de labels, qui distribue physique et digital en ne retenant que les frais de fonctionnement. C'est en quelques sorte une mutuelle de la distribution, qui ne réalise pas de profit et se définit comme « une plate-forme de vente en ligne équitable du producteur à l'auditeur ».

Solution multi distribution et international

Il est possible d'avoir un distributeur par type de ventes, voire par territoire.

Par exemple un distributeur en France pour le physique, un distributeur pour le digital dans le monde entier et un distributeur pour le physique en Europe (type Kompakt, basé en Allemagne), ou des deals de distribution par pays. Il faut donc faire attention lors de la signature d'un contrat, de ne pas s'enfermer dans des clauses d'exclusivité.

Chaque pays compte en effet son lot de distributeurs comme en France. Rien ne vous empêche de contracter avec eux pour qu'ils vous permettent de couvrir leur territoire. Cela suppose cependant que vous soyez capable d'y créer de l'animation, par exemple parce que vos artistes vont y jouer dans les clubs locaux, ou parce que vous constatez une demande sur les réseaux sociaux dans tel ou tel pays.

Distribuer

CONSULTER :

Fiches pratiques

- Obtenir une aide à l'export
- CNM > Comment trouver une distribution ?
- Comment bien choisir votre distributeur digital ?

A lire :

- Underscope, une nouvelle plateforme pour donner aux artistes électro français la place qu'ils méritent