

Créer un label indépendant

Description

Créer un label indépendant constitue un projet potentiellement rentable. Il défend les artistes lorsqu'ils cherchent plus qu'un manager dans l'industrie de la musique. C'est une solution de plus en plus courante qui leur permet de gagner en autonomie.

De nombreux facteurs expliquent la montée en puissance actuelle de cette structure de production de disques indépendante. Lors de la [création de l'entreprise](#), il est conseillé de se faire accompagner par un avocat spécialisé en droit de la musique. Et pour développer l'activité, il faudra assurer la gestion administrative, comptable et juridique, ainsi que les relations contractuelles avec les artistes.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Qu'est-ce qu'un label indépendant ?

C'est une **catégorie de label musical**. Elle ne dépend pas des majors de l'industrie du disque, que ce soit sur le plan :

- Artistique ;
- Financier.

Plus concrètement, elle n'est pas rattachée à une **maison de disques**. En effet, elle n'est intégrée à aucune [société](#) multinationale. Elle permet ainsi aux artistes de produire leur musique de manière plus libre.

Permettant de lutter contre la standardisation musicale, le label indépendant met en évidence certaines musiques ignorées par les médias. En effet, il **fait découvrir de nouveaux styles et talents prometteurs**. C'est pourquoi il demeure l'option préférée des artistes émergents et amateurs, qui éprouvent souvent des difficultés à se faire repérer par un label de musique major.

Créer un label indépendant **permet de rester propriétaire des droits sur l'exploitation de la musique**. Un tel choix donne également à l'exploitant la possibilité de :

- Conserver les redevances ou royalties ;

- Collaborer avec d'autres artistes.

De plus, **l'autodistribution et l'autoproduction** n'ont jamais été aussi simples grâce aux nouvelles technologies et aux réseaux sociaux. De nos jours, il devient possible de créer une maison de disques sans devoir accomplir de lourdes formalités administratives liées à la création et la gestion du label musical.

Quelles sont les étapes pour créer un label de musique ?

Un certain nombre d'étapes doivent être accomplies pour créer un label indépendant. **La rédaction et l'enregistrement des statuts de la société** au greffe du tribunal de commerce en font partie. L'ouverture d'un [compte bancaire professionnel](#) et le dépôt du capital figurent également dans la liste.

La création du label devra permettre de lancer une marque qui pourra conquérir un public propre au style représenté. Grâce à celle-ci, le style d'un groupe ou d'un artiste sera plus facilement identifiable. Avant de se lancer, **il convient de bien préparer le projet.**

Étude de marché

De la même manière que pour toute création d'entreprise, créer un label indépendant nécessite la réalisation d'une [étude de marché](#). Cette dernière permet d'analyser les demandes existantes et de **définir le concept et la cible.**

En menant une étude de marché, le fondateur de l'entreprise prendra connaissance de ses concurrents, de leurs faiblesses et atouts. Elle lui permet en même temps d'étudier les tendances futures du marché et d'**anticiper les actions à entreprendre pour assurer la pérennité de son projet.**

Business plan

Avant de créer un label indépendant, il est tout aussi important de rédiger un plan d'affaires. Le document **permet de bien connaître le marché** sur lequel on souhaite s'installer et de synthétiser les facteurs de réussite du projet.

Le [business plan](#) permet aussi de connaître les **actions à adopter pour promouvoir le label** et :

- La stratégie à mettre en place pour attirer les artistes et les fidéliser ;
- Les moyens permettant au label de mieux fonctionner.

Créer un label indépendant implique également la réalisation de divers investissements (l'achat de matériel, la location du service d'un ingénieur du son, etc.). Le business plan servira de **support pour convaincre les investisseurs et les partenaires financiers sur la solidité du projet**.

À noter : l'activité peut être financée à l'aide de fonds propres. Mais il reste possible de recourir aux financements des banques ou des investisseurs privés.

L'élaboration d'un business plan convaincant augmente les chances d'obtenir le financement souhaité. Le document permettra de connaître la **stratégie commerciale à adopter**. Elle donnera la possibilité de séduire des clients et d'accroître les ventes.

Dans le cadre de la création du label musical, l'élaboration de la stratégie commerciale permet d'attirer à la fois des artistes et un public. Et pour séduire de nouveaux talents, il est aussi important de **consacrer un budget à la promotion du label**.

Il faudra mettre en place un projet de communication clair dans lequel ils pourront se reconnaître. En effet, le label indépendant doit refléter une identité visuelle, musicale et culturelle. Notons que **l'aspect juridique est également primordial** parce qu'il sécurise aussi bien la fiscalité applicable à l'activité que les relations avec les partenaires et artistes.

En somme, le business plan formalise la stratégie de développement de l'entreprise. D'autre part, il comprend les **éléments financiers prévisionnels**, dont le :

- Bilan ;
- [Compte de résultat](#) ;
- Budget de trésorerie.

De plus, il démontre aux futurs partenaires financiers et commerciaux une parfaite connaissance du secteur d'activité, ainsi que de ses **contraintes et enjeux spécifiques**. En effet, ce dernier nécessite des compétences particulières des fondateurs. Ils doivent être en mesure de :

- Promouvoir des talents ;
- Découvrir des artistes ;
- Commercialiser des œuvres.

En plus de formaliser la stratégie choisie, le business plan définit :

- La ligne éditoriale ;
- Le positionnement adopté.

Le document présente également toutes les études menées pour s'implanter sur le marché. Il permet de disposer des arguments donnant la possibilité de communiquer un **projet à la fois réfléchi, réaliste et ambitieux**.

Choix et protection de la marque

Le **choix de la marque** est particulièrement important dans le domaine artistique. Elle doit être à la fois disponible et distinctive. En effet, il faut qu'elle se rapporte de manière exclusive à l'entreprise et que le nom ne soit pas encore pris.

Une marque est utilisable quand elle n'imité ni ne reproduit une autre déjà enregistrée pour des services, produits et activités similaires ou identiques à ceux de l'entreprise en cours de création. Il est aussi impératif qu'elle soit **licite et conforme aux bonnes mœurs**.

La **recherche d'antériorité** est ainsi primordiale. Sans cette démarche, le créateur de l'entreprise risque d'utiliser une marque déjà déposée et de se rendre coupable de :

- Contrefaçon ;
- Concurrence déloyale.

Pour ce faire, il est d'abord nécessaire de déterminer les services et produits couverts par la protection de la marque. Une fois cette dernière choisie, il faudra la **déposer le plus tôt possible auprès de l'INPI afin de la protéger**.

Le [dépôt de marque](#) s'effectue en ligne. La démarche **coûte 190 euros par classe**. Ensuite, il faudra prévoir 40 euros pour chaque classe supplémentaire. Notons que les demandes de rectification sont facturées à près de 100 euros.

À noter : la marque sera protégée et exploitable de manière officielle une fois enregistrée.

Déterminer le genre et l'esthétique de son label

Le genre et l'esthétique du label constituent des éléments clés qu'il faut prendre en compte lors du lancement de l'activité. Il est essentiel de **définir le type de musique que l'on fait**. Pour ce faire, il est nécessaire de réfléchir à ce qui la rend unique. Une fois étiquetée, elle sera plus facile à identifier.

À noter : il est également envisageable de créer son propre label hybride.

Choisir la forme sociale

Le **choix de la forme sociale** constitue une étape importante. Le statut définit les modalités de :

- Gouvernance ;
- Création ;
- [Rémunération des dirigeants](#).

Pour **choisir la forme sociale adaptée au projet**, il est essentiel de prendre en compte certains éléments, tels que :

- Le lancement de l'activité seul ou à plusieurs ;
- Le projet d'évoluer vers une grande entreprise ;
- L'orientation du projet vers une coopérative artistique ;
- Le besoin de développement à l'international.

Selon ses objectifs, le créateur du label peut opter pour une forme de société pluripersonnelle ou [unipersonnelle](#). Certains labels indépendants **sont même créés sous forme d'association**. Par ailleurs, l'achat de matériels ne sera pas amortissable dans le cas où l'exploitant choisirait le régime de la micro-entreprise.

Seule la société donne la possibilité d'**amortir les charges** sur un ou plusieurs [exercices comptables](#). Pour lancer le projet seul, il est préférable d'opter pour l'EURL ou la SASU. Par ailleurs, la SAS ou la SARL permettent de démarrer l'activité avec plusieurs associés.

Il convient de savoir que la [SAS](#) et la SASU offrent une grande liberté dans la rédaction des statuts. Même chose dans **la gouvernance de l'entreprise et l'organisation de l'activité**. D'autre part, la SARL et l'EURL procurent plus de sécurité.

À noter : l'aide d'un expert-comptable et d'un avocat spécialisé peut être utile pour effectuer le bon choix.

Rédaction et enregistrement des statuts de l'entreprise

Les statuts établissent la forme sociale et :

- Le régime fiscal ;
- Les domaines d'activité.

Le document nomme aussi les dirigeants et **détermine le partage des titres en fonction des apports au capital**. Chaque changement qui interviendra en cours de vie sociale sera mentionné également dans les statuts. En cas de mise à jour, une [modification statutaire](#) sera requise. Soulignons qu'une fois rédigés, les statuts doivent faire l'objet d'un dépôt sur le Guichet unique puis il transféra au greffe du tribunal de commerce.

Quelle structure juridique choisir pour créer son label de musique indépendant ?

La structure juridique choisie doit prendre la forme d'une maison de production de musique où seront représentés de nombreux labels. Pour effectuer le bon choix, il faudra **déterminer au préalable les objectifs à atteindre** et prendre en compte le fait que l'on souhaite :

- Évoluer ou non vers une grande maison de production de musique ;
- Lancer un projet collectif ou en solo ;
- Déployer ou non le projet à l'étranger.

La structure juridique choisie impactera de manière significative la **fiscalité applicable à l'activité**. Or, l'importance de celle-ci ne doit pas être négligée pour éviter de mauvaises surprises en fin d'exercice comptable.

Bon à savoir : une fois la forme juridique choisie, les statuts enregistrés et les autres formalités administratives effectuées, l'entreprise recevra un extrait Kbis qui officialise

son existence.

Comment développer l'activité de son label ?

Pour développer l'activité de son label, il faudra **trouver, attirer et accompagner des talents**. L'élaboration d'un business plan convaincant est importante pour gagner la confiance des artistes. Il est essentiel d'inspirer confiance pour qu'ils souhaitent travailler avec soi. Le créateur du label aura également pour rôle de promouvoir au mieux leurs enregistrements et les vendre.

Quels contrats conclure ?

Pour réussir dans le secteur artistique, il est essentiel de **connaître les divers types de contrats**. Lors du lancement de l'activité, il faudra commencer par signer avec un artiste. Le contrat matérialisera la relation de confiance entre ce dernier et son label.

C'est par le **contrat d'enregistrement exclusif** que l'artiste cède ses droits d'exploitation au label musical. Ce dernier rend plus rapide le développement des projets musicaux que les artistes imaginent. Ceux-ci peuvent être le fruit d'une collaboration. Lorsque c'est le cas, il est nécessaire de faire attention aux droits d'auteur. Et dans l'éventualité où l'artiste utiliserait des samples, il faudra veiller à éviter le plagiat.

À noter : il faut accorder une importance particulière aux droits des artistes interprètes pour éviter tout problème sur le sujet plus tard.

Il est alors important de comprendre que le rôle du label musical est d'élaborer une stratégie commerciale visant à **assurer la diffusion de la musique produite**. Divers acteurs contribuent au développement de la carrière des artistes.

Ces derniers peuvent être représentés par des agents avec lesquels les artistes devront signer des contrats spécifiques. Il faudra entamer également une collaboration avec un **éditeur musical chargé de la distribution et de la commercialisation des enregistrements**. Dans le cadre de la coopération, il est nécessaire de procéder à la signature d'un contrat de distribution musical. Il s'agit d'un élément essentiel pour la promotion de la musique produite.

À noter : avant d'assurer la distribution, l'éditeur et le producteur phonographique sont tenus de signer un contrat de licence de musique. Par le document, l'éditeur aura pour mission de commercialiser les enregistrements sur support numérique ou

physique.

La **distribution des enregistrements ou vente de disques** peut être physique. Lorsqu'elle est numérique, elle engendre plus de recettes d'exploitation. Elle offre un contenu musical accessible en flux continu ou téléchargeable sur des plateformes de streaming comme Spotify.

En résumé, le monde de la musique regorge d'acteurs. **Leurs relations sont encadrées contractuellement**, ce qui évite tout contentieux lié :

- À la perception des revenus ;
- Aux droits d'auteurs.

Il est toujours plus judicieux de signer un contrat afin de se protéger si une personne tente de diffuser le travail d'un des artistes. Pour établir les documents les plus importants, il est recommandé de **solliciter l'accompagnement d'un avocat spécialisé dans le droit de la musique**.

Souvent, **les contrats soumettent au label musical la responsabilité de la fabrication** et :

- Du marketing ;
- De la distribution.

Bon à savoir : souvent, l'artiste ou le groupe ne reçoit aucun règlement tant que le label n'a pas récupéré l'investissement financier qu'il a réalisé.

Il convient de savoir également qu'aujourd'hui, **les labels indépendants sont nombreux à travailler en collaboration avec des distributeurs comme iMusician** pour les aider dans leurs sorties digitales et administratives. Ces derniers n'organisent pas les contrats d'enregistrement, mais peuvent contribuer à la gestion des droits d'auteurs, des accords de synchronisation et des redevances pour les artistes du label.

Peu importe la situation, **les artistes interprètes restent les auteurs reconnus de leurs œuvres**. La notion de cession de droit ne consiste pas à donner la paternité d'une œuvre. En effet, cette modalité permet à des partenaires d'en commercialiser les fruits.

À titre d'exemple, les musiciens cèdent le **droit patrimonial** dans le cas de l'industrie musicale pour permettre au label de s'en servir pour :

- Produire les disques et les mettre sur des plateformes de streaming ;

- Organiser des concerts.

C'est la **signature d'un contrat d'artiste** qui rend l'opération possible. Et les conditions sont négociées dans le document entre :

- L'artiste ;
- L'exploitant.

Le groupe **perçoit une rémunération en contrepartie de la cession de droit d'auteur**. Mais rappelons qu'outre les agents d'artistes, le label est amené à échanger avec beaucoup d'autres d'acteurs, dont les éditeurs qui s'occupent de la commercialisation des œuvres. En effet, la particularité liée au secteur du label musical requiert la conclusion de divers contrats spécifiques.

FAQ

Comment le label indépendant fonctionne-t-il ?

Le label musical a son propre nom de marque et travaille en collaboration avec sa propre équipe. Par ailleurs, il est rattaché financièrement à une maison de disques, ce qui n'est pas le cas pour certains artistes ou bien producteurs qui préfèrent créer un label indépendant. En effet, ils financent eux-mêmes les enregistrements.

Comment un label de musique se rémunère-t-il ?

Le label de musique se rémunère sur les ventes réalisées grâce à la musique produite. Il est à noter qu'il doit aussi reverser une rémunération aux artistes, en fonction des modalités prévues dans leur contrat. Il convient de préciser également que la création d'un label musical revient à créer une marque.

Quel pourcentage de bénéfices un label musical prend-il ?

Étant le propriétaire de la musique de l'artiste, le label prend un grand pourcentage des bénéfices. Ce dernier se négocie au moment de la signature du contrat. En moyenne, les royalties s'établissent à 8 % du chiffre d'affaires. Par ailleurs, notons

que c'est le label musical qui s'occupe de la production et supporte l'ensemble des dépenses.