

## RESPONSABLE LEGAL & BUSINESS AFFAIRS

sur les labels Polydor, Classique et Jazz

### ARTISTES :

Eddy Mitchell, Ayo, Maurane, Arthur H, Juliette, Gérald De Palmas, Mylène Farmer, Lara Fabian, Paris Combo, Olivia Ruiz, Roberto Alagna,...

**Sarah FOREST,**  
Universal Music

### En quoi consiste votre travail ?

J'accompagne la production et l'exploitation d'un enregistrement qu'il soit sonore ou vidéo. Cela signifie que je négocie et rédige des contrats avec des artistes, des producteurs, des réalisateurs, et de façon générale tous les intervenants sur un enregistrement. Mon équipe est ensuite sollicitée aux stades de la promotion et du marketing, pour par exemple établir des accords avec des médias, encadrer la production de clips, etc. Il s'agit aussi de répondre aux différentes demandes d'exploitations annexes dont peuvent faire l'objet nos enregistrements, comme par exemple des illustrations de films cinématographiques ou publicitaires, des reproductions dans des compilations multi-artistes, etc. Nous sommes cinq personnes à exercer cette fonction de Responsable Juridique chez Universal, qui compte une vingtaine de juristes.

### Cela semble très technique et compliqué...

En fait, même s'il faut avoir des bases juridiques et connaître le Droit de la Propriété Littéraire et Artistique, au quotidien c'est un travail très concret puisqu'il y a aussi une partie économique et financière qui consiste à établir, avec le directeur de label et le directeur financier, la rentabilité d'un projet. Il faut en tous les cas avoir le goût de la négociation, posséder des qualités rédactionnelles, savoir gérer les éventuels litiges, et de façon générale faire preuve de bon sens. Je dirais plutôt que c'est un métier assez complet.

### Que voulez-vous dire par établir la rentabilité d'un projet ?

Ce n'est pas évident de la définir car la musique n'est pas comme un produit alimentaire. On ne peut pas faire de sondages pour savoir si un artiste va vendre ou pas. Nous sommes donc obligés de parier et de miser sur un artiste sans connaître le résultat à l'avance. Mais on sait déjà qu'en fonction de l'artiste et du type de public suscepti-

ble de l'apprécier, il y aura des investissements marketing, promotionnels et d'enregistrement différents. Il faut donc évaluer les budgets qu'on va pouvoir investir, et négocier avec les ayants-droit (artiste, producteur, réalisateur, etc) les redevances qu'ils vont toucher sur les ventes des enregistrements.

### Existe-t-il différentes sortes de contrats ?

Il existe principalement deux types de contrat. Le plus fréquent est le contrat dit « d'artiste » qui se passe en direct entre un artiste et la maison de disque. Dans ce cas là, on s'occupe de tout de A à Z : enregistrement, promotion, marketing, commercialisation, ... Le deuxième type de contrat est la « licence » où on signe avec un producteur indépendant. Il amène un enregistrement abouti dont il nous cède les droits pour une durée et un territoire limités. Dans ce cas là, on ne s'occupe que du marketing, de la promotion et de la commercialisation.

### Concrètement que peut-on lire dans un contrat « d'artiste » ?

Le montant que l'on va investir dans l'enregistrement (cela comprend la location du studio, la rémunération du réalisateur artistique qui dirige les séances, le matériel, le cachet des musiciens, ...). Pour donner un ordre d'idées, la moyenne se situe entre 100 000 et 200.000 Euros mais cela varie énormément. Ensuite on négocie la redevance que l'on va verser à l'artiste. C'est un pourcentage sur l'ensemble des exploitations (ventes de supports, ventes sur internet et en téléphonie, synchronisation à programmes audiovisuels, etc.). Là aussi c'est très variable et la moyenne est de 10 %. L'artiste étant un salarié de la maison de disques, son contrat inclut également des clauses relatives au droit du travail. Enfin, il y a diverses clauses relatives à l'utilisation de l'image de l'artiste dans le cadre de la promotion de ses enregistrements.

### Qu'est-ce qui vous a donné envie de faire ce métier ?

J'ai deux passions : la musique et la mer, et j'ai choisi la première. Lorsque l'on choisit une

profession, je pense qu'il est intéressant de regarder les compétences que l'on a et de les appliquer aux domaines qui nous plaisent. Finalement, j'ai le sentiment de combiner travail et loisir.

#### **Quel est votre parcours ?**

J'ai un DESS de Droit de la Propriété intellectuelle et nouvelles technologies. J'ai commencé par un stage à la SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) puis j'ai travaillé dans différentes maisons de disques et cela fait cinq ans que je suis chez Universal.

#### **Quelles sont les spécificités de votre métier ?**

Je ne m'occupe pas de produits mais d'êtres humains. Dans la façon de négocier, discuter et écrire aux artistes, on ne peut pas faire n'importe quoi. S'il y a des clauses économiques et financières, il y en a aussi liées à la personnalité d'un artiste et tout ce qui concerne l'utilisation de son image. Il y a un juste milieu à rechercher constamment et si on est des commerçants, il ne faut pas oublier qu'un artiste est quelqu'un de très sensible.

#### **Qu'est-ce qui vous passionne dans ce travail ?**

Ces rapports humains et le fait de travailler avec d'autres personnes qui ont des métiers très différents. Je collabore avec des gens qui travaillent dans l'artistique, le marketing, la promotion, le commercial. On échange nos points de vue et c'est très enrichissant.

#### **Qu'est-ce qui est difficile dans votre métier ?**

Le marché est de plus en plus difficile et on a tous l'impression de travailler de plus en plus et d'avoir

de moins en moins de revenus. Aujourd'hui vendre un CD ne rapporte pas assez d'argent, donc il faut imaginer d'autres moyens de rémunération et se diversifier.

#### **Internet et la téléphonie mobile ont du vous donner des soucis...**

Avec ces médias, la principale difficulté consistait à se poser les bonnes questions. Les contrats qui existaient avant étaient-ils assez précis, et comment allons nous rédiger les futurs contrats. Il a fallu se mettre d'accord avec les artistes et négocier des rémunérations avec des sites Internet. Ce n'était pas évident car on ne savait pas comment cela allait réellement évoluer. Il y a trente ans les contrats faisaient cinq pages, aujourd'hui ils en comportent une trentaine ! Et ce n'est pas fini car à présent on travaille sur le téléchargement de morceaux dans leur intégralité sur un téléphone.

#### **Et professionnellement, quelles sont les perspectives d'évolution d'un Business Affair ?**

Sauf à changer complètement de domaine, on évolue au sein du service juridique de la maison de disque. Mais on peut aussi devenir avocat ou indépendant pour conseiller notamment les artistes et les producteurs.

#### **Est-ce que vous partagez de bons moments avec les artistes ?**

Oh oui ! Notamment après chaque signature d'un contrat d'artiste. Je pense par exemple au déjeuner que nous avons partagé avec Juliette Gréco au Lutétia, à un dîner avec Maurane... ■