

CD1D, LA FORCE DU RÉSEAU

LE 21 DÉCEMBRE 2010 **INDIEROCKMAG**

La fédération de labels indépendants CD1D a vu le jour en 2004. Alors que l'industrie du disque plonge, CD1D répond à un besoin de solidarité. Très active, elle représente un solide bouclier pour la diversité culturelle.

Indierockmag nous offre un aperçu et bilan des activités jusqu'alors menées par CD1D. Comment y sont-ils arrivés, où en sont-ils, quels sont leurs projet ?

Trente mois exactement après **notre première rencontre** dans son office lyonnais, la structure au concept fédérateur a gagné en envergure et en ambition. CD1D, au tournant de l'année 2011, ce sont 240 labels et déjà trois plateformes régionales, avec une volonté affichée de dépasser son statut d'outil participatif au service de la distribution des indépendants pour s'impliquer de plus en plus étroitement dans l'éducation du public aux nouveaux enjeux de l'ère numérique, ou même dans le processus de création. Et tout ça dans une optique d'équité et d'égalité des chances dont on sait aujourd'hui grâce au travail effectué par cette équipe de passionnés qu'il ne s'agit plus seulement d'une utopie.

Alors que se profile d'ici 2013 la constitution d'un réseau collaboratif à l'échelle internationale dont CD1D a déjà posé les bases en nouant des liens avec le Québec, le Liban ou encore la Jordanie, le moment était idéal pour dresser le bilan de ces 6 premières années d'activisme et accessoirement dessiner quelques perspectives pour l'avenir en compagnie de ces acteurs désormais primordiaux du maintien de la diversité culturelle.



Indie Rock Mag : A l'origine il y a une idée de **VJ Raize**, le vidéaste du groupe **B R O A D W A Y**, et une prise de contact avec le label lyonnais **Jarring Effects**, l'un des sept "piliers" de l'aventure cd1d. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Marina Bonaldo pour CD1D : A l'époque, plusieurs réflexions portées par des labels indépendants ont eu la chance de se faire écho et de s'imbriquer pour donner lieu à une alternative collective : d'une part en Rhône-Alpes où le label de BROADWAY et Jarring Effects avançaient sur une solution de plateforme et d'autre part à Marseille où Aïlissam, le label de **K2R Riddim**, travaillait sur la dynamique d'un réseau « musique équitable ». Pour s'être croisés depuis des années en concerts, lors de formations dispensées par leurs soins ou de conférences, colloques et salons et parce que tous avaient des amis en commun (Yannick Legrain d'**Irfan le label**), il était tout naturel de pouvoir conclure qu'il était temps de fusionner nos énergies.

A la base de ce concept de fédération, on imagine qu'il y a un constat plutôt négatif sur le business de la distribution ? Quelles sont les envies qui ont motivé le projet ?

En 2004, le projet CD1D est né d'un constat (fait par les 7 labels fondateurs – 6AM, Aïlissam, Crash Disques, Facto Records, Jarring Effects, Irfan le label et Vicious Circle) : les productions indépendantes ont de plus en plus de difficultés à accéder aux réseaux de distribution et aux espaces médiatiques traditionnels.

La visibilité en magasin se réduisant, il nous semblait vital de construire nos propres réseaux et outils susceptibles de nous garantir de nouveau une forme d'autonomie de diffusion et de contrôle en tentant d'inventer de nouveaux modèles.

Nous avons donc tout naturellement inauguré en mars 2005, comme un premier outil nécessaire, la première version de la plateforme cd1d.

Nos premières inquiétudes se sont bien évidemment confirmées et l'un des problèmes majeurs reste la très grande complexité pour un artiste ou un label à accéder aux réseaux traditionnels de diffusion et, désormais, à monétiser équitablement sa musique.

Concrètement, comment cela se passe-t-il quand un label souhaite intégrer la fédération CD1D ? Comment doit-il prendre contact ? N'importe quel label peut prétendre à faire partie de l'équipe ou y a-t-il un droit de regard selon vos affinités musicales, idéologiques ? Quels sont en gros les termes du contrat ?

Pour intégrer CD1D, le label doit avoir à son actif au minimum 2 artistes et 3 références. Une fois que le label entre dans les critères, qui restent flexibles et étudiés au cas par cas, il doit contacter par mail Fred (info@cd1d.com) qui lui envoie la fiche d'adhésion à remplir. Une fois la fiche d'adhésion renvoyée, Fred la soumet au CA de CD1D (composé des 7 labels fondateurs et de trois représentants de labels) qui décide si le label peut intégrer ou non la fédération.

Si les membres du CA sont les décisionnaires de l'intégration d'un label au sein de la fédération CD1D, les décisions sont prises collégalement et aucun d'entre eux ne doit choisir en fonction de ses goûts musicaux. CD1Dest ouvert à toutes les esthétiques musicales et souhaite continuer à découvrir et être surpris par de nouveaux styles de musique.

Lors de l'intégration le CA regarde davantage le professionnalisme du label, son envie et sa capacité à s'investir dans la fédération CD1D.

Une fois le label accepté, il ne lui reste plus qu'à intégrer son catalogue sur la plateforme et communiquer sur la présence de ses productions sur CD1D.

L'adhésion annuelle à payer est de 100€ par an (avec possibilité de prendre cette somme sur les ventes du label afin de ne pas représenter une dépense trop lourde pour une structure). Le label doit de son côté s'engager à intégrer rapidement son catalogue sur la plateforme, être réactif aux demandes du CA et des salariés CD1D, alimenter et suivre les discussions sur le forum interne CD1D... bien évidemment même si les faits sont bien différents de la réalité, nous tenons à ce que chaque label devienne membre à part entière de la fédération et s'approprie l'outil qu'est la plateforme... et n'importe pas qu'il vient payer un service sans rien investir en échange.

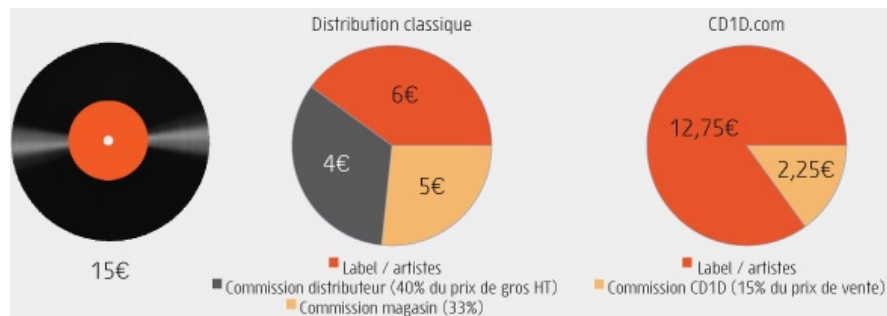
Il est important de préciser que CD1D n'est pas un distributeur et n'en a pas la même vocation, mais bien un outil créé par des labels pour des labels.

Le label membre de CD1D se rend acteur d'un réseau de distribution alternative, au sein duquel il maîtrise son prix de vente. Chaque label dispose d'un compte personnel pour gérer l'administration de ses productions mises en ligne. Il peut ainsi voir ses ventes en temps réel, modifier son catalogue en ligne, fixer le prix de ses références, ajouter des

bonus, des vidéos, participer aux forums privés... une personnalisation unique au service du label membre.

Vous n'êtes rémunérés sur les ventes de CD qu'à raison d'une commission de 15% contre un taux exemplaire de 85% à partager entre labels et artistes, ça vous sert à couvrir les frais ? Comment les membres de l'équipe gagnent-ils leur vie alors ? Ils bossent généralement pour un ou plusieurs des labels affiliés, ceux qui comme Jarring Effects ou Vicious Circle ont été les premiers à soutenir le projet ?

Sur les 15% pris sur les ventes, CD1D ne réalise aucun profit. Ce pourcentage sert à payer l'hébergement du site, la maintenance et les salaires des employés. Or à ce jour, nous ne pouvons pas réellement dire que ces 15% suffisent à supporter l'ensemble de ces charges. C'est entre autres pour ces raisons que nous sollicitons les aides des sociétés civiles et autres subventions.



Depuis le mois de juillet 2010 l'équipe compte 7 salariés et une dizaine de bénévoles très actifs au quotidien. Les trois quarts de nos salariés sont employés en emplois aidés et la totalité des bénévoles sont des salariés de labels membres de CD1D. Même si nous n'avons pas à proprement parler de salarié mutualisé entre plusieurs labels, nous mutualisons de nombreux services pour nos membres, tel que pressage, communication, stands...

Nous souhaiterions parvenir dans les deux années à venir à un auto-financement avec le pourcentage pris sur les ventes et les cotisations annuelles d'où l'intérêt d'intégrer de nouveaux labels. Malgré cette forte envie d'auto-financement il est indéniable que la chute des ventes physiques ne favorise pas notre expansion économique, toutefois nous ne baissons pas les bras ! Néanmoins le modèle économique de CD1D est précisément de reverser entre deux et trois fois plus que les circuits traditionnels... quitte à trouver des sources de financement ailleurs que sur les ventes de disques.

Depuis quelques années, l'association le CALIF (Club d'Action des Labels Indépendants Français) subventionnée par le Ministère de la Culture et de la Communication semble essayer de remuer les choses côté disquaires. Vous avez eu des contacts avec eux ? Vous aussi avez reçu les faveurs du ministère ?

Bien sûr nous connaissons l'activité du CALIF (dont au passage le nom prête à confusion puisqu'ils n'interviennent pas au nom de labels mais dans le champ précis des disquaires indépendants) et nous le(s) croisons régulièrement. Il(s) travaille(nt) avec certaines fédérations régionales qui sont déjà nos partenaires.

Pour le moment nous n'avons malheureusement pas bénéficié des subventions qu'ils ont réussi à lever pour tenter de maintenir un tissu de disquaires sur le territoire, même si nos champs d'intervention et de représentativité ne sont pas les mêmes.

Justement, après l'ouverture de votre boutique lyonnaise rue Leynaud (dans le 1er arrondissement) en mars 2008, vous avez abandonné l'idée de multiplier les points de vente pour privilégier l'intégration de CD1D aux petits disquaires survivants. Concrètement, comment se passe cette collaboration ? Il y avait déjà le site, quel est le petit plus que vous apporte ce commerce de proximité ?

Tout d'abord, l'idée de multiplier les points de vente semblables à celui de Lyon n'a pas été totalement abandonnée. Nous avons d'ores et déjà commencé à étudier avec l'aide du CALIF la possibilité d'ouvrir des "comptoirs culturels" de proximité à l'échelle régionale. Il est en effet intéressant de s'appuyer sur la connaissance du terreau local et le maillage territorial fort des fédérations régionales pour proposer un espace de diffusion et d'accès aux productions locales et nationales notamment au sein des régions les plus pauvres en offre culturelle. La connaissance que nous avons de ce secteur nous permet d'affirmer que la vente de disques indépendante est largement tributaire de la densité de population. Or la diversité culturelle se doit également d'être représentée de manière exhaustive d'un point de vue géographique et ne peut répondre qu'à de simples contraintes économiques.



Toutefois, cette approche est loin de nous prévenir d'une action auprès des disquaires indépendants existants. D'une part, de nombreux labels membres de CD1D connaissent une distribution que l'on qualifie de "classique" et sont représentés via le travail de leur distributeur chez quelques disquaires indépendants. D'autre part, nous mettons en œuvre le développement d'un "compte pro" qui nous permettra à terme de proposer un service de distribution "alternatif" à nos membres.

Les disquaires pourront ainsi se connecter au site **cd1d** comme un internaute classique mais seront reconnus comme professionnels. Ils bénéficieront ainsi de prix adaptés à leur activité, de l'écoute totale de chacune des références disponibles à la vente et de toutes les informations nécessaires à la bonne connaissance des produits. Nous travaillons actuellement à la mise en place de pratiques commerciales garantissant une juste rémunération des labels et des artistes mais aussi respectueuses des principes d'économie sociale et solidaire.

Enfin, la présence de CD1D et de ses membres parmi des disquaires indépendants nous paraît être un important vecteur dans la défense de la diversité culturelle. Elle offre en effet une diffusion et une visibilité aux labels indépendants qui peinent de plus en plus à trouver une place dans une économie de marché globalisée. Mais elle est aussi un levier dans le maintien des commerces de proximité qui savent défendre les artistes et les productions qu'ils accueillent. Ils accomplissent également une mission d'éducation populaire en permettant à leur clientèle d'accéder aux productions trop peu perçues dans les circuits traditionnels.

Parallèlement, vous avez lancé trois plate-formes régionales, en Rhône-Alpes, en PACA et dernièrement en Aquitaine, pour entretenir des rapports plus étroits avec les acteurs locaux de la création musicale, encourager les collaborations et soutenir les autoproduits. Quel bilan en tirez-vous à ce stade ?



Il est important de préciser que nous n'avons pas créé les

plateformes régionales mais que nous avons mis à leur disposition une technologie et des savoir-faire que nous avons préalablement développés. C'est ainsi, en 2010 nous avons inauguré les plateformes **1d-Aquitaine**, **1d-Paca** et **1d-Rhône-Alpes** et un an plus tard le bilan est relativement positif. Les fédérations et plateformes en question accueillent chaque jour davantage de labels et artistes, hébergeant ainsi la diversité culturelle d'une région.

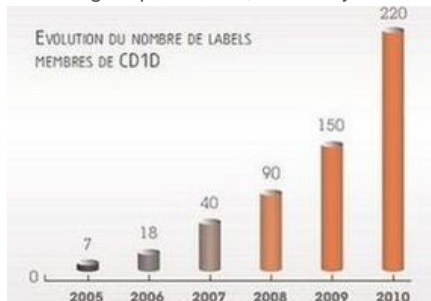
Même si les critères d'adhésion aux plateformes diffèrent selon les régions (prix d'adhésion, services proposés...), presque toutes ces structures ont fait le choix d'accueillir les auto-productions qui souhaitent distribuer leurs œuvres. Ces plateformes régionales s'imposent ainsi comme les véritables garants de la diversité musicale pratiquée dans une région.

Pour les artistes émergents ces fédérations font un réel travail de proximité et de sauvegarde d'un patrimoine culturel local.

Ces nouveaux exemples de structuration en région suscitent un certain intérêt et préfigurent souvent de nouvelles dynamiques dans d'autres régions de France (Pays de la Loire, Nord, Midi-Pyrénées, Grand Est, Languedoc-Roussillon), et d'autres certainement à venir. Nous tenons à suivre de près toutes ces nouvelles initiatives, car la structuration des acteurs constitue la grande nouveauté du tissu indépendant.

Déjà 240 labels et près de 1500 artistes ont adhéré au concept depuis son lancement en 2004, votre chiffre d'affaires a augmenté de plus de 40% l'an dernier par rapport à 2008, CD1D se porte plutôt bien on dirait ? Quelle est la prochaine étape ? Un pied en région parisienne peut-être ?

On aimerait bien ! Même si nous commençons à être identifiés et de plus en plus sollicités sur la région parisienne, il est toujours aussi difficile



de mettre un pied et de s'affirmer à Paris, mais

nous aimerions bien qu'une fédération francilienne de labels indépendants y voie le jour.

Nous continuerons de faire ce que nous avons fait sur d'autres régions : stimuler des rencontres, dresser des ponts entre labels grâce à nos membres de façon à ce qu'une fédération aboutisse et qu'elle défende également l'envie de construire des réponses alternatives et innovantes.

Nous essayons par ailleurs de créer des passerelles avec des pays d'Europe et de la Méditerranée. Le développement de CD1D et de la plateforme reste une priorité. Nous avons également répondu à l'appel d'offre du Ministère de la Culture concernant le dispositif « **carte musique** », et nous travaillons avec la Bibliothèque de la Part-Dieu, les SMAC du **Fil** et des Abattoirs en Rhône-Alpes à la création et la mise en place de bornes interactives.

Autant de projets qui nous poussent à croire que tout reste à faire !

75% de vos ventes en 2009 concernaient les supports physiques contre 25% seulement pour le numérique, autant pour la fameuse "crise du disque". Que pensez-vous de la position des majors sur ce sujet ?

Nous ne partageons ni les valeurs, ni les modèles économiques des majors ou des plus gros indépendants. En appartenant à des multinationales par exemple, qui pensent leur développement de façon globale, la musique est forcément sacrifiée au profit de stratégies

plus rapides et plus rentables : il est plus facile de faire de l'argent avec des smartphones fabriqués en Chine que de développer une carrière d'artiste.

Pendant des années, tout le monde (y compris les médias qui se sont laissés entraînés dans cette fausse course à la modernité et l'innovation) a annoncé la mort du disque alors qu'il représente toujours l'essentiel des ventes. C'était la meilleure façon sûrement de brouiller les cartes... et de les redistribuer aux mêmes !



“Concevoir et diffuser la musique autrement”, c'était l'un des thèmes que vous abordez à Paris les 15 et 16 octobre dans la cadre du MaMA. Avec l'avènement du net, certains artistes tentent de s'affranchir totalement des labels et/ou distributeurs via Bandcamp, Bandstocks, CASH Music et autres plateformes de distribution en ligne et/ou de financement par les fans. Pensez-vous que ce soit une alternative pour certains ? Un avenir pour d'autres ?

Sincèrement il est possible que ce soit un avenir pour certains artistes, mais lesquels ? Ce qui pose problème dans ces plateformes et autres systèmes de financement par des fans, c'est que la qualité artistique est définie par le plus grand nombre et l'audimat. Les « fans » financent ce qui est à la mode, ce qui peut plaire, de nombreux artistes qui n'ont aucune place sur ces plateformes là ont pourtant un parcours musical exemplaire et exceptionnel. On peut penser à des groupes tels que Les Ogres de Barback, High Tone, Yann Tiersen, Marcel et son Orchestre... pour ne citer que les plus connus. Même si ces sites peuvent faire émerger quelques artistes, il est difficile de croire qu'ils représentent réellement la diversité de ce que font les artistes en 2010.

Il serait intéressant de voir si les gens sont motivés par le fait de soutenir la création ou s'imaginent en investisseurs avisés en misant sur le prochain Grégoire ?

Le modèle économique de ces “labels communautaires” est loin d'être défini et équilibré, prenez l'exemple du français Spidart qui a été contraint de fermer boutique en laissant artistes et “investisseurs” sur le carreau.

Pour les outils “Do It Yourself” et “Direct To Fan” de type Bandcamp, c'est une autre approche. L'idée de se rapprocher de ses fans est une nécessité pour un artiste ou un label. Élaborer sa “fan base”, lui communiquer directement ses actualités, lui offrir en avant-première ses vidéos et autres bonus est indispensable pour garder un rapport humain avec les gens qui vous écoutent et aiment votre musique. D'autant plus pour les artistes émergents qui n'ont pas accès aux “grands” médias.

Et c'est une des missions de CD1D que de pouvoir fournir aussi, dans un avenir proche, ce genre de services aux labels indépendants, aux artistes mais aussi aux publics.

Et les distributeurs avec lesquels les labels travaillent également, vous n'avez pas peur qu'un jour ils mettent la pression aux uns ou aux autres ?

Excellente question. CD1D n'étant pas un distributeur mais un outil créé par les labels eux-mêmes, il n'y pas d'incompatibilité à avoir signé chez un distributeur ou agrégateur et vendre ses productions sur CD1D. Ce n'est pas le cas pour tous, mais si un label en a la possibilité, il doit continuer à multiplier ses sources de diffusion et ses points de vente. Loin d'être un distributeur nous n'avons pas la prétention de faire leur travail, nous proposons juste à nos membres des outils dans le but de rendre visible tout travail artistique et ainsi diffuser toutes œuvres produites.

Certains distributeurs connaissent l'existence de CD1D et n'ont jamais vu aucun inconvénient à ce qu'un label vende ses disques en direct comme il le ferait à la sortie des concerts. CD1D est et restera un outil de promotion et de distribution au profit des labels qui l'ont créé.

Pour finir, si vous deviez "vendre" en quelques mots le concept aux représentants de labels indé qui peut-être nous lisent, que diriez-vous ?

« Plus on est de fous, plus on rit » ! Plus sérieusement, nous vivons une période particulière où à la fois la musique est devenue gratuite dans la tête des gens et où pourtant tous les amateurs de musique doivent se mobiliser pour défendre leur passion. Il faut évidemment agir de façon collective mais également avoir l'ambition de réinventer des modèles nouveaux qui permettent au plus grand nombre de créateurs de pouvoir vivre et d'amplifier grâce aux nouvelles technologies leurs projets... pas de les subir !

—

Article initialement publié sur **indierockmag** .

Crédits photos CC flickr: **pierre pouliquin; andres musta; gaetanku**

2 pings

Tweets that mention CD1D, la force du réseau » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 21 décembre 2010 - 14:56

[...] *This post was mentioned on Twitter by YesHighTech/YesMusic, Owni. Owni said: CD1D, la force du réseau <http://bit.ly/fRh50B> sur @ownimusic [...]*

Daily Tweet //24//25//26//27 ... ZZZzzzzZZZZzzzzzzzzZ humhum 12-2010 | Veilleurs.info ??? le 27 décembre 2010 - 22:51

[...] *CD1D, la force du réseau <http://bit.ly/i0pLXD> (Owni [...])*