

PRODUIRE SON ALBUM

CHAPITRE 1
LE MASTERING

Ah ! le *mastering*. Quand on en arrive à cette étape là, c'est que cela commence à sentir bon dans les fourneaux.

Cela signifie que les chansons sont terminées et bien enregistrées au chaud dans l'ordinateur de l'ingénieur du son.

Comme pour un bon gâteau, on laisse reposer le tout quelques temps sur la table afin de pouvoir réécouter les chansons à froid et bien réfléchir à leur ordre sur l'album.

On travaille également à la couleur que l'on veut donner à l'album concernant sa sonorité générale et l'on vérifie le niveau de volume pour que les chansons soient toutes écoutables sur n'importe quel support de diffusion.

Après quelques allers-retours entre l'ingénieur du son et moi-même sur des détails sonores, on accorde une attention particulière à la voix par rapport au mix général de la musique. On retourne même parfois dans le fichier source pour réaliser quelques modifications d'assaisonnement directement sur les pistes qui les méritent.

Ensuite, je me rapproche de la SACEM-SDRM afin d'obtenir l'autorisation d'utiliser mes chansons puis contacte une usine de pressage pour la fabrication de la galette (SNAdisc).

Après plusieurs devis, j'en choisis un. Cela sera un CD avec un livret de 16 pages.

Et c'est là que je pars à la recherche d'un graphiste...

CHAPITRE II
L'IDENTITÉ VISUELLE

Pas de sortie d'album sans un univers graphique qui l'enveloppe. Pour cela, je suis passé par un professionnel.

De la pochette au rond du disque en passant par le livret, chaque page compte.

L'objectif est de réussir à établir une cohérence visuelle d'ensemble plaisante sans mettre ma tête en pleine page.

Pourtant, il faut bien proposer un visuel qui interpelle le public et qui lui donne réellement envie d'écouter les chansons de l'album.

On a donc choisi avec le graphiste les codes du livre littéraire même si c'est un album musical. Cela renvoie à l'idée que chaque chanson a été bien ciselée concernant les paroles.

L'importance du texte prend donc ici tout son sens. D'autant plus, qu'ils sont en français.

Après avoir acté ce point, le travail sur le logo, la mise en page des différentes parties du CD, le nombre de pages consacré au livret, l'écriture des remerciements, la police de caractère, la récupération des mentions obligatoires, la photographie, etc. ont été des choix mûrement réfléchis et souvent délicats à faire avec le concepteur graphiste.

Puis le "chemin de fer" se dessine, les éléments graphiques se mettent en place dans notre tête et sur l'ordinateur. C'est le temps de la relecture et de l'affinage. Une belle idée en amenant une autre, c'est ainsi que l'univers graphique s'installe progressivement... ainsi va la création.

Puis, arrive la question de l'avant-propos : qui pour m'aider ? C'est tout de même l'ouverture de l'album. Il faudra un propos qui swing, une de ces présentations qui cognent sans faire mal à la tête...

CHAPITRE III

LA PHOTOGRAPHIE PRINCIPALE ET L'AVANT-PROPOS

Pour que le livret n'apparaisse pas trop austère, il était important de varier les procédés graphiques tout en conservant une certaine cohérence dans le propos. Ajouter une image qui ne servirait pas le climat de l'album serait donc sans utilité.

Pour autant, l'introduction d'une photographie en fin de livret fait partie de ces bonnes surprises qui donnent également à voir à l'auditeur.

Le choix a été fait en fonction du message que je souhaitais transmettre après échange avec le graphiste d'une guitare sur le cœur ; message en continuité avec le contenu des chansons de l'album qui est à la fois romantique et nostalgique.

Quant à l'avant-propos, impossible de l'écrire soi-même. Pas assez de recul pour le faire. Je me suis donc fait aider par une professionnelle dont c'est le métier : une plume.

Pour cela, elle a dû cerner l'atmosphère de l'album et toucher la part plus intime qui s'y trouvait afin de pouvoir accoucher d'une présentation sonnante au plus juste.

Après une semaine de travail et d'échanges entre elle et moi, le texte était fin prêt.

Il ne restait plus qu'à le mettre en page définitivement par le graphiste au niveau du livret.

A partir de ce moment là, après une énième correction orthographique, le temps du fabricant de disque a sonné. Cela allait être au Presseur de "jouer" !

CHAPITRE IV
L'USINE DE PRESSAGE

Pour qu'un album soit fabriqué, il faut d'abord obtenir l'autorisation de la SACEM-SDRM à utiliser les chansons constituant l'album. Pour cela, il y a un site annexe à la SACEM qui se nomme : <https://opo.sacem.fr>

Une fois les droits d'auteur payés et l'autorisation reçue par mail, il faut l'envoyer à l'usine de pressage. Sinon, la fabrication pourrait être lancée mais non livrée. Cela serait tout de même ballot, non ? Quant à moi, j'ai choisi SNAdisc : <http://www.snadisc.com/>

Ensuite, vient le temps de la discussion du nombre d'exemplaires, de la taille du livret, s'il est en couleur ou non, combien de couleurs, etc.

Puis, une fois tombés d'accords. Il faut discuter du montant noté dans le devis en transformant le prix donné à l'unité et HT en prix globalisé TTC (+20% en TTC par rapport au prix HT). Sinon, on n'y comprend rien.

Ensuite, arrive le temps du téléversement sur les ordinateurs de l'usine les éléments graphiques et les fichiers sons via deux serveurs ftp distincts spécifiquement dédiés.

Pour cela, l'entreprise attend le paiement avant d'ouvrir le compte client. Une fois le paiement réalisé, on reçoit dans notre boîte mail les codes de l'usine de pressage qui permettent de transférer les données graphiques et audios attendues de manière sécurisée afin de les donner à l'ingénieur du son et au graphiste.

Les éléments graphiques sont au nombre de 4 : la rondelle du CD, la jaquette (dos et retours), le livret contenant les paroles et la pochette de l'album en fonction du type de packaging pris.

Personnellement, la première page de mon livret joue également la fonction de pochette du disque car le boîtier du CD est transparent.

De même, si l'on opte pour un plateau de disque transparent, il faudra penser au visuel double face de la jaquette. Dans cet album, ce n'est pas le cas ; le CD sera posé sur un plateau-support noir.

Concernant les fichiers sons, ils sont au format wave en haute qualité 24 bits, transformés au dernier moment en 16 bits lors du pressage afin de perdre le moins possible en qualité audio. A chaque chanson, son fichier Wave. Comme l'album contient 12 titres, l'ingénieur du son a dû téléverser 12 fichiers waves plus un autre fichier dénommé "[CD track](#)"

[List'](#) contenant des métadonnées comme la durée des chansons, l'affichage du titre de chaque chanson, le nom de l'artiste, etc.

Il y a aussi quelques mentions légales qui doivent apparaître sur la galette du CD comme le logo de la SACEM-SDRM.

La dernière étape consiste à relire les informations stipulées dans le bon de commande pour que l'usine ne se trompe pas de CD à presser.

Puis, la fabrication du CD est enfin lancée.

CHAPITRE V

LA PROMOTION DE L'ALBUM

Une fois que l'album est fabriqué et proposé à la vente sur les principales plateformes musicales en ligne, il est important d'en faire sa **promotion** auprès du public. Pour cela, il vaut mieux être formé et se renseigné convenablement en amont.

Ma première action a été de me rendre au pôle conseil de l'IRMA (<http://www.irma.asso.fr/>) situé à Paris dans le 20ème arrondissement près du Cimetière du Père Lachaise (hic !).

L'objectif était de savoir comment s'y prendre pour que les maisons d'édition s'intéressent à cet album de chansons françaises.

En travaillant sur ce sujet, deux points de vue s'opposent. Le premier part du principe que dans les faits cela va être difficile de trouver un éditeur si les chansons n'ont pas tourné un minimum. Il est donc difficile de gagner en visibilité si on n'est pas légitime et vice et versa. Dans un autre cas, certains éditeurs préfèrent se positionner en amont de la chanson afin de pouvoir la développer et en être co-éditeur.

Pour le moment, je ne sais pas laquelle des deux logiques fonctionne la mieux.

Ce qui est sûr, c'est qu'une bonne pochette peut aider 'où l'importance du visuel. C'est pour cela qu'elle a été retravaillée par un graphiste professionnel pour que la promesse du visuel corresponde bien à l'esprit intérieur des chansons et réduire le sentiment de déception. Et puis, l'écriture d'une courte biographie a été rédigée par une plume pour que les informations essentielles y soient bien et que le propos donne envie. Cela fera gagner du temps à tout le monde.

Puis, je suis parti à la recherche d'un attaché de presse pour qu'il puisse présenter l'album au mieux aux radios et à la presse écrite dédiée à la chanson.

Et voilà, vous savez tout.

Au plaisir de se voir peut-être en concert.

Bien musicalement.

Laïus.