



# Compositeurs Tarifs minima recommandés

Pub / Identité sonore / Brand content / Corporate

Les compositeurs, réunis en assemblée générale, ont voté ces tarifs minima recommandés et applicables aux commandes passées à compter de septembre 2021. Il s'agit de recommandations pour que les compositeurs et leurs clients disposent d'un référentiel complet, équilibré et partagé. Il est rappelé que certaines tâches nécessaires à la musique sont des travaux techniques ou artistiques qui doivent être rémunérés en salaires, conformément au droit du travail. L'échéancier du règlement des sommes dues doit être fixé contractuellement. La musique a une valeur pour sa conception mais aussi pour sa fabrication et les revenus qu'elle génère au bénéfice de son compositeur.

## TARIFS RECOMMANDÉS SELON LES TYPES DE PROGRAMMES

PUB TV 	Durée 1 an	0 - 30"
	Régionale	de 500 € à 1 500 €
Nationale	de 2 000 € à 4 000 €	
Nationale - Chaînes Historiques	de 5 000 € à 10 000 €	
Internationale	de 10 000 € à ...	

PUB CINÉMA 	Durée 1 an	0 - 30"
	Régionale	de 500 € à 1 500 €
Nationale	de 3 000 € à 5 000 €	

PUB RADIO 	Durée 1 an	0 - 30"
	Locale	de 500 € à 1 000 €
Régionale	de 1 000 € à 1 500 €	
Nationale	de 4 000 € à 6 000 €	

PUB WEB 	Durée 1 an	0 - 30"	30" - 1'
	Notoriété légère*	de 750 € à 1 000 €	
Notoriété établie*	de 1 000 € à 2 000 €		-
Notoriété connue*	de 3 000 € à 5 000 €		de 5 000 € à 8 000 €

\* Notoriété légère = Locale ; Établie = Nationale ; Connue = Internationale

## IDENTITÉ SONORE



Durée 3 ans - 5"

WEB

RADIO

TV

Notoriété légère de l'annonceur

500 €

1 000 €

1 500 €

Notoriété établie de l'annonceur

1 500 €

4 000 €

4 000 €

Notoriété connue de l'annonceur

2 500 €

5 000 €

6 000 €

## BRAND CONTENT\*\*



Durée 1 an

0 - 1'

1' - 2'

Coût par 1' supp

Notoriété légère de l'annonceur

500 €

800 €

300 €

Notoriété établie de l'annonceur

1 000 €

1 500 €

500 €

Notoriété connue de l'annonceur

2 000 €

2 750 €

750 €

\*\*Le contenu audiovisuel d'une marque qui sort de la « publicité classique » et de ses espaces (très généralement des contenus pour Youtube et Réseaux Sociaux)

## CORPORATE\*\*\*



Durée 1 an

0 - 1'

1' - 2'

Coût par 1' supp

Notoriété légère de l'annonceur

500 €

800 €

300 €

Notoriété établie de l'annonceur

800 €

1 200 €

300 €

Notoriété connue de l'annonceur

1 200 €

1 500 €

500 €

\*\*\*Corporate et institutionnel = de la communication interne & B2B (voire dans points de vente)

Les montants indiqués sont éventuellement à moduler en fonction de différents critères :

- Budget global du projet (Production & Achat d'espaces)
- Territoire(s) d'exploitation(s) (ex : USA vs «Vatican»)
- Notoriété de l'annonceur (ex : Apple vs Commerce local) et/ou circuit de décision du choix de la musique (du compositeur à l'annonceur)
- Complexité de la composition (ex : mood/musique de fond VS storytelling ; electro VS orchestral...)

Ces montants n'incluent pas les frais éventuels supplémentaires en cas de demandes spécifiques (cachets de musiciens, frais de studios externes, etc.), et n'incluent pas le travail éventuel de « déclinaisons »

### Quelques recommandations :

- En cas d'« appel d'offre » destiné à plusieurs compositeurs, la production se doit de l'annoncer. En ce cas un budget « maquettes » ou un forfait « dédit » doit être alloué en début de production
- La cession d'édition justifie une majoration de 40 % sur le montant des tarifs recommandés
- Les montants indiqués incluent 3 allers-retours. Au-delà, une majoration est à prévoir, sauf accord explicite différent
- Les recommandations ci-dessus ne concernent pas les cessions de droits cross-médias, qui soit se cumulent, soit doivent faire l'objet d'une négociation spécifique
- Le client se doit de fournir le plan-média au compositeur, afin que ce dernier puisse faire valoir ses droits à la SACEM, SPEDIDAM, ADAMI, etc
- Chaque année supplémentaire d'exploitation au-delà de la durée convenue entraîne une rémunération majorée ou un complément de la prime de commande située entre 50 % et 100 % (de la somme de base)

### SNAC

Le Syndicat national des auteurs et des compositeurs (SNAC) a pour objet de regrouper, depuis 75 ans, des auteurs et/ou des compositeurs dans les secteurs : de la musique (actuelle, contemporaine et à l'image), du livre (littérature, bande dessinée, jeunesse, scientifique et technique), du spectacle vivant (théâtre, danse, scénographie) et de l'audiovisuel (scénaristes, réalisateurs, audiodescripteurs, auteurs de doublage et de sous-titrage). Le SNAC assure par tous moyens, la défense des droits moraux et patrimoniaux des auteurs, tant collectifs qu'individuels (droit d'auteur, règles sociales et fiscales).

### UCMF

L'Union des compositeurs de musiques de films (UCMF) a été créée avec la volonté de fédérer les compositeurs de musiques pour l'image en tenant compte de leurs points communs et de leur diversité. Depuis 2002, l'UCMF a pour vocation de réunir les compositeurs de musiques à l'image créatifs, curieux et passionnés dans tous les genres musicaux.

### UNAC

L'Union nationale des auteurs et compositeurs est une organisation professionnelle créée en 1959 pour la défense de tous les droits et intérêts moraux et professionnels des Auteurs. L'Unac regroupe l'ensemble des métiers exercés par les artistes-auteurs tels que les auteurs et compositeurs et arrangeurs de musiques actuelles, les compositeurs de musiques à l'image, les auteurs-réalisateurs, les auteurs de doublage et sous-titrage, les compositeurs du répertoire symphonique et les auteurs de l'humour.