

sacem pro

GUIDE PRATIQUE

**SONORISATION
INSONORISATION**

**BARS
RESTAURANTS**

sacem*f*
Société des Auteurs,
Compositeurs et
Éditeurs de Musique

 **SACEMPRO.FR**

SACEM PRO, VOTRE SERVICE MUSIQUE



La musique est un élément primordial pour attirer et fidéliser votre clientèle. Elle participe activement de l'identité de votre établissement. Si cela peut paraître simple, passer de la musique pose de nombreuses questions. Cela ne se fait pas en claquant des doigts, et doit être réfléchi, à la fois sur le type de musique, les supports utilisés et le matériel de sonorisation. Si la musique est un facteur déterminant de convivialité, elle peut causer également des nuisances. Il faut donc prendre en compte tous les aspects permettant de garantir une bonne gestion sonore.

Pour cela, le guide Sacem Pro vous accompagne pour faire les bons choix esthétiques, techniques et matériels.

MUSIQUE, AMBIANCE ET IDENTITÉ DE VOTRE ÉTABLISSEMENT

VOS CLIENTS ET LA MUSIQUE.....	04
L'IDENTITÉ SONORE DE VOTRE ÉTABLISSEMENT.....	04
LE RÉPERTOIRE PROTÉGÉ PAR LA SACEM.....	05
CHOISIR UN MODE DE DIFFUSION DE LA MUSIQUE.....	06
DYNAMISER VOTRE ÉTABLISSEMENT.....	07
ORGANISER DES CONCERTS.....	08

DE LA BONNE GESTION SONORE

ALLER À LA RENCONTRE DU VOISINAGE.....	09
PRENDRE SOIN DE SES CLIENTS.....	10
INSONORISATION : LA CHASSE AUX FUITES!.....	10
RÉALISER UNE ÉTUDE D'IMPACT ACOUSTIQUE.....	10
TRAVAUX D'ISOLATION.....	11
INSTALLER UN LIMITEUR ENREGISTREUR.....	11
APPLIQUER UNE CORRECTION ACOUSTIQUE.....	12
CHOISIR ET POSITIONNER SON MATÉRIEL DE DIFFUSION.....	12
FAIRE DES CONCERTS.....	13
DIFFUSER DE LA MUSIQUE EN EXTÉRIEUR.....	13
105 dB(A) : FAITES DU BRUIT... MAIS PAS TROP	13
LES CONSEILS DE SACEM PRO	14



MUSIQUE, AMBIANCE ET IDENTITÉ DE VOTRE ÉTABLISSEMENT



VOS CLIENTS ET LA MUSIQUE

La musique est créatrice d'ambiance. Et l'ambiance, c'est précisément ce que vos clients viennent chercher.

Un simple rappel pour s'en convaincre: 99% des Français écoutent de la musique et 86% le font tous les jours ou presque. La musique fait du bien au moral: elle met 92% des Français de bonne humeur et pour 85% d'entre eux, elle donne de l'énergie. Et 85% des gens préfèrent quand il y a de la musique dans un café/restaurant. La musique est positive pour tout le monde: elle motive les employés et dynamise la clientèle¹.

«L'absence de musique, ou une musique mal choisie peut avoir un impact négatif, voire catastrophique.»

1. Chiffres issus de l'étude *Musique et points de vente*, Étude Ipsos MediaCT, 2014.



85%

des gens préfèrent quand il y a de la musique dans un café/restaurant

92%

des français se sentent de bonne humeur en écoutant de la musique



L'IDENTITÉ SONORE DE VOTRE ÉTABLISSEMENT

Diffuser de la musique dans votre établissement est donc un gage de bonne ambiance, de chaleur et de convivialité.

Si vous en avez la possibilité, n'hésitez pas à introduire la musique dans votre réflexion commerciale et pensez à votre clientèle. La musique doit correspondre à l'image et à l'ambiance que vous souhaitez donner à votre établissement quel que soit le jour (semaine ou week-end) ou l'heure.

«On ne diffuse pas la même musique au petit-déjeuner en semaine, au repas du midi ou à l'heure de l'apéritif un samedi soir!»

À partir de cette réflexion, vous pourrez définir des styles musicaux, établir des playlists ou solliciter des musiciens ou Djs correspondants, si vous faites le choix de la musique live. Une fois définie cette identité, vous pourrez la décliner et l'adapter aux différents moments de la journée, mais aussi en fonction des différents espaces.

Si votre établissement est «tous publics», évitez les esthétiques trop clivantes ou trop

pointues. Préférez des musiques d'ambiance « passe-partout », ou concentrez-vous sur les hits du moment ou les valeurs sûres.

Vous pouvez également recourir aux services d'une société spécialisée en marketing sonore, qui pourra définir avec vous ce qui correspond le mieux à votre établissement.



LE RÉPERTOIRE PROTÉGÉ PAR LA SACEM

Pour pouvoir diffuser de la musique dans votre établissement, vous devez obtenir l'autorisation des auteurs et compositeurs qui ont écrit et composé les morceaux que vous allez diffuser.

Pour simplifier vos démarches, ces créateurs ont confié la gestion de leurs œuvres à la Sacem. La Sacem est une société privée à but non lucratif qui a pour mission de collecter et de répartir les droits d'auteur à ses membres (les auteurs, compositeurs et éditeurs de musique).

👉 **La Sacem vous donne accès à un répertoire de plus de 100 millions d'œuvres** françaises et étrangères : vous avez ainsi à votre disposition toutes les esthétiques (musique, humour, sketches, poèmes, musique de films, vidéo clips, documentaires...), des plus généralistes aux plus spécialisées. Vous pouvez utiliser tous les

moyens de diffusion que vous souhaitez : radio, TV, chaîne hi-fi, lecteur numérique, platine vinyle, jukebox... **C'est la « solution musique » la plus simple et la mieux adaptée à vos besoins.**

👉 **La Sacem vous délivre une autorisation annuelle** de diffusion de musique dans le respect du droit d'auteur.

👉 **La Sacem collecte les droits d'auteur** et les **répartit entre les auteurs, compositeurs** (les créateurs) **et les éditeurs** des œuvres du monde entier. Les droits ainsi versés rémunèrent leur travail.

La Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de Musique propose des forfaits spécifiques aux cafés/bars/restaurants. Ils prennent en compte l'utilisation faite de la musique (simple musique d'ambiance, musique essentielle à l'activité...) et les critères de l'établissement (taille, localisation, activité saisonnière...).

Ainsi, il est nécessaire que vous contactiez la Sacem avant de commencer à diffuser de la musique.

Cette démarche peut se faire soit directement auprès de la délégation Sacem la plus proche de votre établissement, soit directement en ligne sur **sacem.fr**

Un dernier point, lorsque vous diffusez en public de la musique enregistrée (par Cd, radio, streaming...), vous devez acquitter, en plus du droit d'auteur collecté par la Sacem, la « rémunération équitable » qui sert à rémunérer les artistes-interprètes et les producteurs. La Spré a mandaté la Sacem pour assurer la collecte de ses droits.

Ainsi, vous n'avez aucune démarche supplémentaire à effectuer. La Sacem se charge de tout.

Une fois votre déclaration effectuée en ligne ou auprès de nos équipes, vous recevrez vos factures (Sacem et Spré) que vous pourrez également consulter et payer dans votre espace client sur **sacem.fr**

Bon à savoir : la Sacem a conclu des accords avec des groupements professionnels qui vous permettent de bénéficier de réductions sur le montant des droits d'auteur. Retrouvez la liste des groupements professionnels partenaires sur sacem.fr



Groupes musicaux, Djs, pièces de théâtre, animations, à vous de voir ce qui correspond le mieux à votre établissement!



CHOISIR UN MODE DE DIFFUSION DE LA MUSIQUE

Passer de la musique? Rien de plus facile! Une chaîne hi-fi et c'est parti! Sauf que les choses sont un peu plus complexes...

Là aussi, il faut réfléchir à la solution la mieux adaptée à votre établissement. Différentes options sont possibles :

⊙ **Radio :** a priori le plus simple. Il suffit de choisir la station qui correspond le mieux, mais il existe certains inconvénients : publicité, programmation musicale imposée, entrecoupée d'émissions ou de flash infos, qui représentent autant de ruptures de l'ambiance. Il existe également une offre conséquente de webradios. Faites votre choix et assurez-vous d'une bonne connexion.

⊙ **Cds / Vinyles / fichiers numériques :** peut-être avez-vous en votre possession une collection fournie de disques dans laquelle piocher pour proposer une ambiance musicale qui vous ressemble. D'autant plus que des rayonnages de Cds et vinyles sont d'excellents éléments de décoration et donnent tout de suite une touche « mélomane » à votre établissement. Mais là aussi, les inconvénients sont nombreux : place nécessaire au stockage, usure des disques qui se rayent, obligation de changer de disque souvent... Bref, à moins d'avoir un Dj en permanence sous la main, cette solution n'est pas la plus pratique. À moins que partager votre discothèque avec vos clients fasse partie du concept de votre établissement.

⊙ **Playlist mise à disposition par des professionnels :** cette solution apparaît comme la plus simple à gérer et la plus souple. Vous avez accès à un large catalogue d'oeuvres, et vous pouvez, au choix, faire vos propres playlists ou bien utiliser les nombreuses proposées : par ambiance, par style, par activité, moment de la journée, saison, humeur... De quoi vous garantir une bande-son sur mesure ! À condition, bien sûr, d'avoir un ordinateur qui fonctionne et une connexion Internet puissante et stable. Sinon, gare à l'attente ou à la coupure !

Retrouvez les offres préférentielles de nos partenaires, pour vous aider à créer une ambiance adaptée à votre lieu et votre clientèle sur SACEMPRO.FR



DYNAMISER VOTRE ÉTABLISSEMENT

Pour dynamiser votre établissement, vous pouvez également utiliser des moyens plus élaborés qu'un simple ordinateur ou une chaîne hi-fi. Vous pouvez par exemple combiner son et image, avec un ou plusieurs écrans.

Là aussi, votre choix doit correspondre à l'ambiance souhaitée. Le ou les écrans TV peuvent être synchronisés ou non synchronisés avec le son diffusé. Plusieurs options possibles :

⊙ **Simple diffusion d'images :** les écrans ne servent qu'à diffuser des éléments visuels de décor. La synchronisation avec le son n'est donc pas obligatoire. Vous pouvez diffuser des chaînes de télévision, des films, des photos, des montages, ou bien des créations visuelles.

⊙ **Diffusion de chaînes musicales :** il en existe plusieurs, thématiques par esthétique : MTV (Hits, Idol, Pulse, Base, Rocks, Live HD...), M6 (Music, Music club, Music black...), MCM, NRJ Hits, Trace Urban... Certaines chaînes proposent des abonnements professionnels. N'hésitez pas à consulter leurs offres.

⊙ **Retransmission d'événements sportifs :** ils sont très fédérateurs et attirent des groupes d'amis disposés à faire la fête. Mises à part les opportunités offertes par de grands événements (Coupe du monde de football, de rugby...), la diffusion régulière des compétitions sportives doit correspondre à l'ambiance de votre lieu et répondre aux attentes de votre public. Le sport, aussi populaire soit-il, peut être clivant, et décourager les non-intéressés de franchir vos portes. Vous pouvez également, si la disposition le permet, réserver un espace dédié.

⊙ **Organisation de soirées karaoké :** animation prisée, mais qui ne correspond pas à tous les publics. Elles peuvent être thématiques (soirée années 80, standards de la chanson française...). Elles nécessiteront un équipement dédié (micros...). Vous devrez alors être attentif à la gestion sonore (cf. chapitre : L'organisation de concerts).

Ces animations font l'objet d'autorisations spécifiques par la Sacem. Nous vous invitons à consulter nos tarifs sur sacem.fr



ORGANISER DES CONCERTS

Organiser des concerts est un excellent moyen de faire parler de votre établissement, et d'y attirer un public nombreux.

Le spectacle vivant étant un secteur réglementé, il faut respecter un certain nombre de règles. Groupes musicaux, Djs, pièces de théâtre, animations, à vous de voir ce qui correspond le mieux à votre établissement ! Pour vous aider dans l'organisation de vos événements, Sacem Pro vous invite à consulter sur sacempro.fr le guide de « l'organisateur d'un concert » ou celui de « l'organisateur d'événements en musique ».

Découvrez une sélection de solutions à prix réduits pour des services (billetterie, assurance...) et/ou du matériel (achat ou location) nécessaires à vos animations sur SACEMPRO.FR



DE LA BONNE GESTION SONORE

C'est l'autre versant de la diffusion de musique dans votre établissement. Protection de la santé des publics et des salariés, respect de la tranquillité des riverains...

La loi est aujourd'hui très stricte sur les nuisances sonores, et les fermetures administratives liées à des problèmes de voisinage se multiplient. Ces questions doivent donc être prises très au sérieux, et envisagées dès le démarrage. Plus la problématique est prise en amont (idéalement, avant même l'ouverture de l'établissement), moins compliqué et moins cher ce sera. Mieux vaut investir au démarrage, pour garantir un meilleur retour sur investissement.



Avant de choisir un local ou d'effectuer des travaux dans votre établissement, il est indispensable :

③ **de réfléchir à votre projet musical :** production de concerts live ? Diffusion de musique d'ambiance du soir au matin ? Style de musique ?

③ **d'adapter votre lieu à votre projet : le projet musical et la sonorisation/insonorisation** de l'établissement doivent également s'accorder avec les impératifs de décoration, d'accès, de sécurité et de climatisation.

③ **Pour garantir une bonne gestion sonore**, il est possible d'agir sur trois phénomènes :



INSONORISATION (stopper le bruit),



ABSORPTION (éviter les résonances),



SONORISATION (maîtriser des ondes sonores diffusées)



ALLER À LA RENCONTRE DU VOISINAGE

C'est le premier réflexe à avoir. Pour éviter tout conflit, mieux vaut connaître ses voisins, les informer sur vos activités et les rassurer.

Il faut se montrer à l'écoute de leurs remarques et mécontentements éventuels. Quand on explique directement les choses, en général, cela passe mieux ! Et il est toujours plus facile de le faire avec des personnes que l'on a déjà rencontrées. Vous devrez ainsi prendre contact avec :

③ **Les voisins directs :** immeuble de l'établissement, habitations mitoyennes, trottoir d'en face...

③ **Les associations de riverains**, si elles existent.

③ **Les services concernés de la Mairie et de la Préfecture.**

En cas de situation conflictuelle, des associations de prévention et de médiation peuvent vous conseiller, vous accompagner et favoriser le dialogue, comme Les Pierrots de la Nuit à Paris.



PRENDRE SOIN DE SES CLIENTS!

Cela peut paraître une évidence, mais un client qui se sent bien n'éprouve pas le besoin de sortir de votre établissement.

On le sait, le stationnement devant l'établissement est une des principales causes de nuisances. Et, à mesure que la soirée avance, le volume sonore d'une conversation a tendance à monter. Pour limiter au maximum les allers-retours avec l'extérieur, quelques conseils pratiques :

⊗ **le mobilier** (chaises, tables, comptoirs) et les décors doivent être confortables.

⊗ **la température** doit être agréable (ni trop chaud, ni trop froid), et l'espace bien ventilé.

⊗ **respecter le nombre maximum de personnes autorisées** : plus la clientèle est nombreuse et serrée, plus le volume sonore augmente, tout comme les risques de conflits entre clients.

⊗ si la configuration de votre établissement le permet, prévoyez des **fumeurs spacieux et bien aérés** : la cigarette est une des principales raisons de stationnement à l'extérieur, devant les établissements.



INSONORISATION LA CHASSE AUX FUITES!

Pour comprendre le fonctionnement de l'insonorisation, il faut envisager le son comme de l'eau : insonoriser, c'est étanchéifier pour éviter les fuites. Pour cela, il vous faudra impérativement inspecter tous les éléments susceptibles de transmettre le son et en éloigner les enceintes :

- ⊗ **gaines d'aération**
- ⊗ **tuyaux**
- ⊗ **cloisons fines**
- ⊗ **fenêtres, baies vitrées**
- ⊗ **portes extérieures**



RÉALISER UNE ÉTUDE D'IMPACT ACOUSTIQUE

Le Décret 98-1143 du 15 décembre 1998 impose la réalisation d'une étude de l'impact des nuisances sonores « aux établissements ou locaux recevant du public et diffusant à titre habituel de la musique amplifiée* ».

Cette étude peut déboucher sur des préconisations de travaux ou d'achat d'équipements spécifiques (cf. chapitre : Installer un limiteur-enregistreur).

Des sociétés spécialisées proposent ce type d'études. Elles vont mesurer dans l'établissement, ainsi que dans les habitations voisines,

les fréquences qui se propagent. C'est aussi un moyen de montrer au voisinage votre volonté d'agir dans les règles et dans le respect de leur tranquillité.

Le coût moyen d'une étude d'impact acoustique varie entre 900 € et 1 600 €.

*à l'exclusion des salles dont l'activité est réservée à l'enseignement de la musique et de la danse.



TRAVAUX D'ISOLATION

S'il s'avère nécessaire de réaliser des travaux, l'idéal est d'avoir envisagé l'isolation dès la construction, ou lors de la reprise de l'établissement.

La vente peut d'ailleurs être subordonnée à la réalisation de travaux spécifiques supervisés par un acousticien. De même, en cas de plaintes, ou à la suite d'une étude d'impact acoustique, cette supervision peut être demandée.

L'ampleur et le coût des travaux sont variables, en fonction de la surface, de la nature du lieu et du choix des matériaux : en moyenne, comptez entre 185 euros/m² pour du basique et 250 euros/m² pour du haut de gamme sur mesure. Si le duo plaques de plâtres/laine de roche a longtemps été la solution privilégiée, il existe aujourd'hui des matériaux offrant de meilleures performances. Privilégiez les matières polymères et le polyuréthane par exemple. Ces dernières années,

de nombreuses innovations sont apparues, comme l'aérogel de silice.

Obtenez des réductions sur vos études et travaux d'acoustique auprès des partenaires de SACEMPRO.FR



INSTALLER UN LIMITEUR ENREGISTREUR

Le limiteur est un appareil qui se positionne entre la chaîne ou la platine et l'ampli de puissance. L'installation d'un limiteur est de plus en plus imposée par les préfetures. L'obligation peut également être déterminée par l'étude d'impact. Il en existe de deux types :

⊙ **Les limiteurs qui coupent le son :** ces modèles sont en général recommandés par la Préfecture. Quand un seuil prédéfini de volume sonore est atteint, tout s'arrête. Mais, l'effet produit sur le public peut être difficile à gérer, et entraîner des réactions compliquées à contenir.

⊙ **Les limiteurs de progression :** ils limitent la progression des basses et des aigus pour rester dans les clous des fréquences programmées. Le son n'est jamais coupé.

Le coût d'un limiteur est aussi très variable, de 500 € à 7 000 € pour des besoins très spécifiques.

IMPORTANT Le non-branchement ou l'obstruction d'un limiteur sont sanctionnables.



APPLIQUER UNE CORRECTION ACOUSTIQUE

En plus de l'installation d'un limiteur, de travaux sur l'isolation des murs et plafonds, une correction acoustique peut être apportée à votre établissement.

Il est par exemple possible d'agir sur les résonances, avec des panneaux de mélamine, limitant le brouhaha ambiant, d'installer des faux plafonds ou des rideaux absorbants. Avec un meilleur confort acoustique, les clients, moins gênés par le brouhaha, parleront moins fort.

Pour un espace restaurant de 50 m², le coût moyen pour réduire les nuisances sonores peut être compris entre 3 500 € et 5 000 €.

CHOISIR ET POSITIONNER SON MATÉRIEL DE DIFFUSION

L'achat d'un système de diffusion de son pour votre établissement doit correspondre, en terme de puissance, à la taille du lieu.

Le recours à un acousticien peut être utile pour le définir. Choisissez soigneusement les espaces à sonoriser.

Un bon positionnement et un bon réglage des enceintes peut suffire à réduire significativement les nuisances et éviter d'avoir à réaliser des travaux coûteux, en limitant la diffusion des ondes.



FAIRE DES CONCERTS

En terme de gestion sonore, le live pose des questions spécifiques et difficiles à résoudre : pics de fréquence très hauts, bruit de la foule...

S'il s'agit de musique amplifiée, il est préférable d'avoir dans l'établissement un lieu fermé et insonorisé : arrière-salle, cave... Mais avec le risque de réduire le volume de la pièce.

Si les artistes viennent dans votre établissement avec leur propre système de sonorisation, demandez-leur la puissance dégagée, et surveillez l'installation et les essais de son.

➤ **Pour limiter au maximum les problèmes de voisinage**, la meilleure solution reste de rencontrer les riverains, se mettre d'accord avec eux, les prévenir et s'engager à terminer le concert à une heure fixée.

Retrouvez nos conseils, des astuces et toutes les informations pratiques pour bien organiser des concerts dans votre établissement dans le «Guide pratique - Événement en musique» Sacem Pro. SACEMPRO.FR



DIFFUSER DE LA MUSIQUE EN EXTÉRIEUR

La diffusion de musique en extérieur nécessite une autorisation de la mairie et de la préfecture.

Elle ne peut être, sauf cas particulier, qu'exceptionnelle. Et il est impératif de se conformer aux heures d'autorisation. Contrôler le volume sonore en extérieur est très complexe. Il existe, si besoin, des panneaux démontables qui arrêtent les projections sonores les plus puissantes. De même, diriger les enceintes vers le sol et les recouvrir d'un capot, évite que le son parte vers le haut et se diffuse.



105 dB(A): FAITES DU BRUIT... MAIS PAS TROP

Exposer le public (et vos salariés !) à un volume sonore de manière prolongée est dangereux. Mais cela peut également être désagréable pour le voisinage.

Un décret de 1998 limite à 105 dB(A) maximum, en niveau moyen sur 15 minutes, le niveau sonore dans les événements diffusant de la musique, sous certaines conditions bien précises. Pour respecter ce volume, il est conseillé d'utiliser les limiteurs acoustiques. Sachez que la plupart des salles recevant du public en sont équipées. Pour autant, en dépit des autorisations obtenues auprès

des autorités pour la tenue de votre événement, rien ne vous autorise à importuner le voisinage par un excès sonore.

Vous retrouverez toutes les informations sur la gestion du son sur le site de l'association Agi-Son. N'hésitez pas à télécharger les fiches pratiques de leur kit pro sur agi-son.org

👉 **En plus de respecter la législation, vous pouvez mettre à disposition de votre public des bouchons d'oreille.** Si vous repérez la présence d'enfants dans votre établissement, allez discuter avec les parents ou les accompagnants pour les informer des risques de volume sonore élevé. Vous pouvez également leur proposer des casques pour

enfants. Il est également possible de se former à la gestion sonore, et d'acquérir un certificat de compétences professionnelles.

Pour toutes informations complémentaires :

IRMA Centre d'informations et de ressources pour les musiques actuelles

CIDB Centre d'information et de documentation sur le bruit

AGI-SON Centre de sensibilisation et de prévention pour une meilleure gestion du son

CINOV GIAC Groupement de l'ingénierie acoustique

POUR UNE BONNE DIFFUSION DU SON

👉 **Dirigez bien vos enceintes :** ne les orientez pas vers les murs, ni vers les fenêtres, les portes ou l'extérieur.

👉 **Éloignez les enceintes de tout élément susceptible de transmettre le son :** gaines d'aération, tuyaux, cloisons trop fines.

👉 **N'installez pas vos enceintes sur des fixations rigides :** elles amplifient la propagation des vibrations.

👉 **Pensez découplage :** il s'agit de désolidariser les éléments entre eux, de supprimer toute liaison mécanique rigide pour ne pas

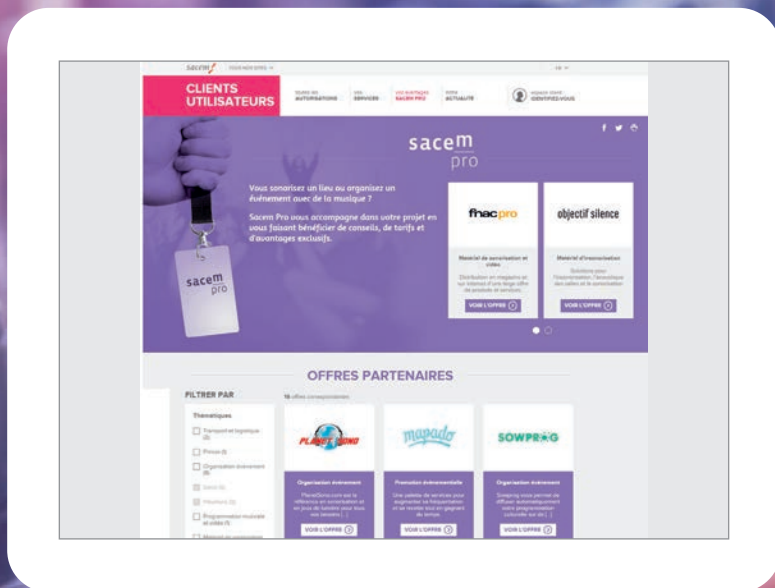
transmettre les vibrations de la membrane du haut-parleur et du corps de l'enceinte au plancher ou à l'étagère servant de support.

👉 S'il n'est pas possible de déplacer les enceintes, vous pouvez **coffrer avec des multicouches** les éléments susceptibles de transmettre le son.

👉 **Vous pouvez également investir dans des enceintes à diffusion holographique :** très efficaces pour les bars et restaurants, elles réduisent la pression sonore, sans atténuer la sensation de volume.

Merci à Richard Seff, Midiscom, pour ses conseils avisés en Marketing Sonore.

Merci à Jean Philippe Lemoine-Dudan, Objectif Silence, pour ses recommandations sur la bonne gestion sonore.



**BÉNÉFICIEZ DE CONSEILS DÉDIÉS,
DE GUIDES PRATIQUES, DE TARIFS PRÉFÉRENTIELS
ET D'AVANTAGES EXCLUSIFS SUR**

➔ SACEMPRO.FR

sacem*f*
Société des Auteurs,
Compositeurs et
Éditeurs de Musique

SACEM PRO, VOTRE SERVICE MUSIQUE

SOCIÉTÉ DES AUTEURS, COMPOSITEURS | *sacem* 
ET ÉDITEURS DE MUSIQUE |

Depuis 1851

Les droits d'auteur font vivre
ceux qui nous font rêver