

**LES INDUSTRIES MUSICALES EN ARGENTINE**

**PRÉSENTATION ET ANNUAIRE 2007**



**AMBASSADE DE FRANCE EN ARGENTINE**

Service de coopération et d'action culturelle

# SOMMAIRE

<b>I . PRÉSENTATION DU MARCHÉ MUSICAL EN ARGENTINE</b>	<b>3</b>
1. Evolution du marché de 1998 à 2007	3
2. Marché digital	9
3. Consommation et pratiques illégales	11
<b>II LES ACTEURS DE L'INDUSTRIE MUSICALE</b>	<b>14</b>
1. Panorama des compagnies discographiques	14
2. Les acteurs institutionnels	16
3. Les autres acteurs du marché musical	17
<b>III L'ARGENTINE ET L'INTERNATIONAL</b>	<b>20</b>
1. Le marché argentin dans le panorama mondial	20
2. Le système législatif	21
3. Les relations avec la France	22
<b>ANNEXE</b>	<b>24</b>
<b>ANNUAIRE</b>	<b>27</b>

# I . Présentation du marché musical en Argentine

## 1. Evolution du marché de 1998 à 2007

A. Comportement du marché de 1998 à 2007 :

Tableau d'évolution des ventes <sup>1</sup>

Année	Unités vendues		Chiffre d'affaire en pesos		Prix moyen du CD
	Valeur absolue	Variation interannuelle	Valeur absolue	Variation interannuelle	
1998	23.379.414	12,6%	\$ 281.854.294	5,1%	\$ 13,60
1999	21.320.298	-8,8%	\$ 254.659.708	-9,6%	\$ 13,30
2000	15.070.497	-29,3%	\$ 162.166.886	-36,3%	\$ 11,80
2001	11.405.243	-24,3%	\$ 104.391.545	-35,6%	\$ 10,50
2002	5.817.700	-49,0%	\$ 79.019.366	-24,3%	\$ 14,20
2003	10.834.934	86,2%	\$ 174.519.258	120,9%	\$ 11,30
2004	13.056.472	22,0%	\$ 238.072.633	58,0%	\$ 16,11
2005	15.681.224	22,6%	\$ 305.252.480	28,0%	\$ 19,24
2006	16.423.540	4,9%	\$ 336.593.864	9,5%	\$ 19,46

### 1998 : L'année de référence pour l'industrie musicale argentine

L'industrie musicale argentine a connu dans les années 1990 une croissance sans précédent : en 1998, près de 23.4 millions d'unités musicales ont été vendues contre 6.4 millions d'unités en 1990 soit une explosion des ventes de 266 % en 8 ans. Il s'agit de l'année de référence pour l'industrie qui n'a connu depuis de pareille embellie.

L'hégémonie du CD, introduit en Argentine en 1986, ainsi que la croissance économique due à une monnaie sur-évaluée ont significativement dynamisé le panorama du disque jusqu'à la fin des années 90.

### 2001 : Une industrie à genoux

La crise de 2001, avec l'effondrement du système financier et la dévaluation de la monnaie locale, a mis le marché musical à genoux : c'est l'un des secteurs qui a été fortement affecté par la récession économique. L'inflation des prix convertissant le disque en un produit haut de gamme.

Les ventes de disques s'effondrèrent : en 2002, à peine 5.8 millions d'unités ont été vendues contre 23.3 millions en 1998. De nombreuses tournées internationales furent annulées. Les principales chaînes de vente et de distribution musicale durent se

<sup>1</sup> Source : CAPIF chambre des producteurs de phonographes

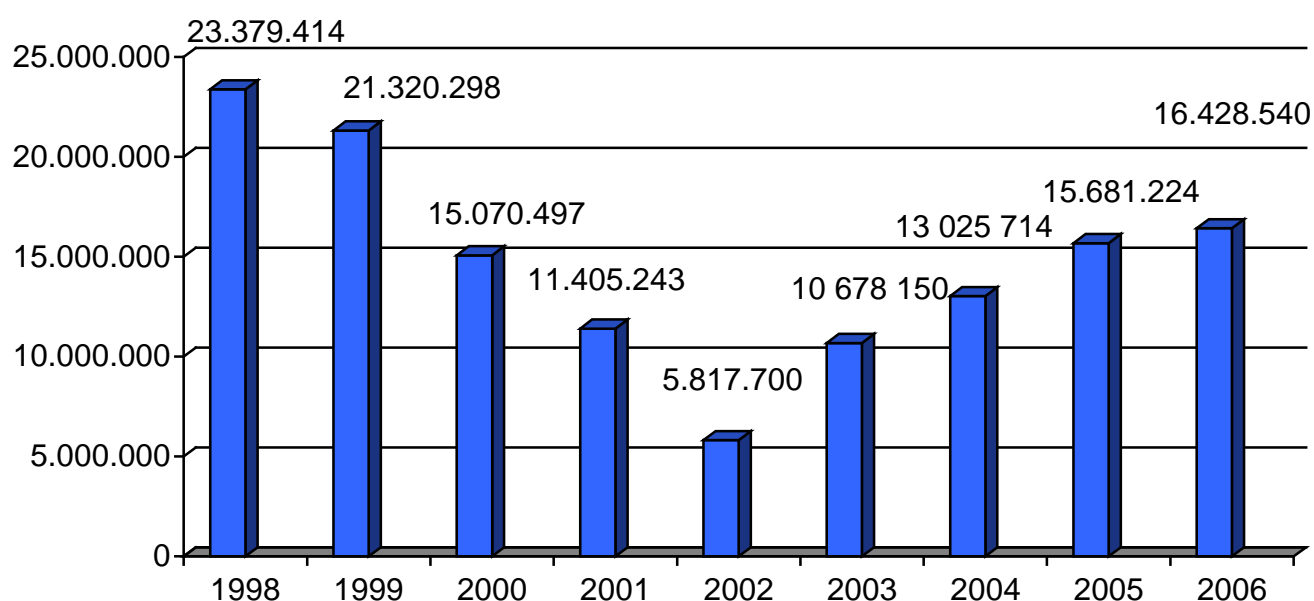
restructurer, à l'image de la chaîne Musimundo (propriété du groupe Exxel) qui du fermer un certain nombre de ses succursales.

Les filiales des majors, alors au bord de la faillite, ont envisagé de quitter le pays et certaines d'entre elles ont temporairement gelé leurs activités en Argentine: c'est le cas notamment d'Universal, qui ne produit aucun artiste argentin pendant près de deux ans.

Dans ce contexte de chaos économique, des projets d'alliance entre les principaux acteurs du marché se mirent en place: ainsi Sony et BMG s'essayèrent à des fusions (réduites au début à des opérations de logistique), tandis que des labels indépendants se regroupèrent en association.

2001 fut une année noire au niveau mondial avec l'explosion du téléchargement illégal. 2002 marque en Argentine le seuil plancher des ventes physiques de musique.

Graphique de l'évolution des ventes par unité<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Source : CAPIF

## Le marché actuel ou la reprise du secteur

Depuis 2002, avec l'amélioration de la conjoncture, on assiste à une forte croissance du marché musical. Cette reprise du secteur se traduit par une hausse des ventes de 86% en 2003, 22% en 2004 et 22,6 % en 2005 (en unités). En 2006, près de 16,5 millions d'unités ont été vendues soit l'équivalent de 106 millions de dollars U.S ou de 336 millions de pesos argentin.<sup>3</sup> Malgré un taux de piratage très élevé (presque 60%) et un changement dans les modes de consommation, l'Industrie musicale fait aujourd'hui partie des secteurs les plus dynamiques d'Argentine. Le marché discographique argentin à l'heure actuelle contraste par sa croissance avec le marché mondial, caractérisé lui par une baisse générale des ventes physiques.

Les chiffres atteignent les sommes de l'année 2000 (pré-crise) mais selon la CAPIF ils restent toutefois éloignés des résultats des années 1990. Plusieurs labels indépendants affirment que leurs résultats égalent de nouveau ceux d'avant la crise<sup>4</sup>. Cette correction des chiffres est une donnée spécifique à l'Argentine et il faut donc rester prudent quant au traitement des données chiffrées et des conséquences pour chacun des acteurs de l'Industrie.

Tableau des ventes au premier semestre 2006 et 2007<sup>5</sup>

Janvier 2007 à juin 2007			Janvier 2006 à juin 2006		
Unités	Chiffre d'Affaire en pesos	Prix moyen	Unités	Chiffre d'Affaire en pesos	Prix moyen
7 548740	154 811 830	\$ 20,51	7 346 344	\$ 147 079 505	\$ 20,02

Le premier semestre 2007 enregistre une augmentation des ventes de 5,2% par rapport au premier semestre de 2006. Si on ajoute aux résultats des ventes physiques le résultat des ventes digitales on obtient une croissance au premier semestre de 8,4%. Les prévisions du marché argentin laissent entrevoir une stabilisation des ventes physiques et laissent espérer le développement du marché digital.

<sup>3</sup> Source: *2006 Global recording industry in numbers*, IFPI.

<sup>4</sup> Résultats d'une série d'entretiens réalisés en mai 2007 avec plusieurs labels.

<sup>5</sup> Source : CAPIF

## B. La composition du marché de 1998 à 2007 :

### Répartition du marché selon le support

Le CD est le format le plus consommé. Il représente 92% des ventes avec 7311580 millions d'unités vendues en Argentine au premier semestre 2007. Le format DVD, alliant vidéo et musique, est de plus en plus demandé par les consommateurs. Il gagne chaque année des parts de marché supplémentaires. Pour l'instant il ne représente que 7% des ventes totales mais son taux de croissance atteint 21,7% au premier semestre 2007 .

Graphique de répartition du marché selon le support<sup>6</sup>

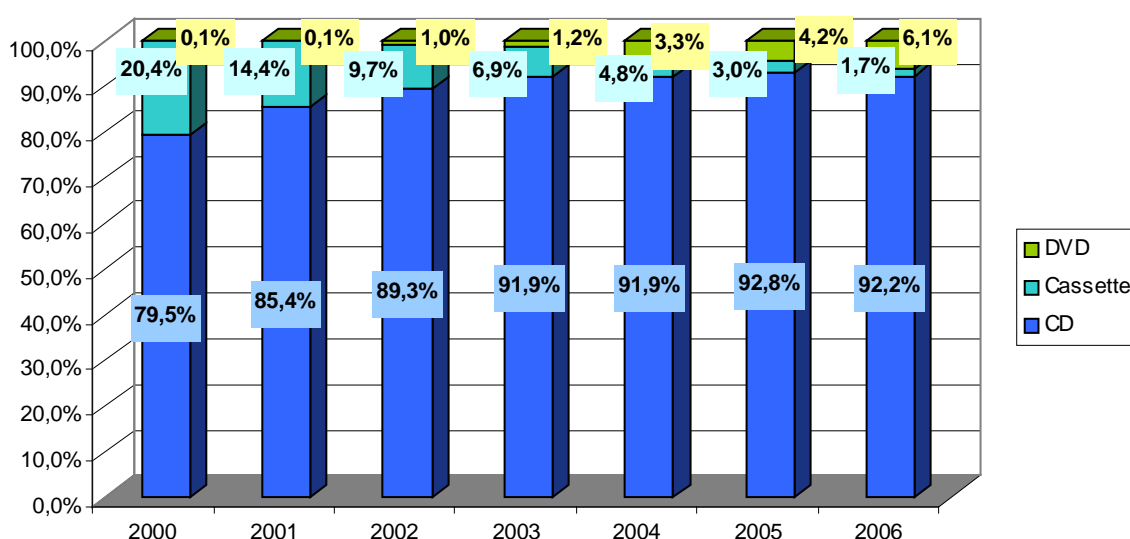


Tableau de répartition du marché selon le support<sup>7</sup>

Ventes par support en Argentine- Années 1999-2006							
Années	Supports en quantité				Supports en pourcentages		
	CD	Cassette	DVD		CD	Cassette	DVD
2000	11.976.038	3.081.139	9.708		79,5%	20,4%	0,1%
2001	9.722.782	1.642.894	12.832		85,4%	14,4%	0,1%
2002	5.206.235	562.561	59.174		89,3%	9,7%	1,0%
2003	9.918.165	743.408	129.433		91,9%	6,9%	1,2%
2004	11.980.731	625.640	432.837		91,9%	4,8%	3,3%
2005	14.494.871	466.933	663.211		92,8%	3,0%	4,2%
2006	15.132.151	278.868	995.868		92,2%	1,7%	6,1%

<sup>6</sup> Source : CAPIF

<sup>7</sup> Source : CAPIF

## Répartition du marché selon le répertoire

Tableau de répartition du marché selon le répertoire<sup>8</sup>

Genre	Unités vendues en Argentine par année					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Local	5.576.739	2.974.512	4.625.476	5.939.508	7.207.108	7.843.028
Classique	221.687	130.096	254.503	406.861	445.601	517.827
Espagnol	1.721.292	871.981	1.970.316	2.357.964	2.381.911	2.370.590
Anglais/international	3.047.955	1.806.875	3.061.561	4.300.048	5.562.231	5.597.676
Compilation	0	34.236	766.294	52.091	84.373	94.419
TOTAL	10.567.673	5.817.700	10.678.150	13.056.472	15.681.224	16.423.540

Ces dernières années, on constate un léger recul du genre local au bénéfice de la catégorie du répertoire classée sous « anglais/international ». Mais cette diminution reste relative. Au niveau régional, l'Argentine partage avec l'Uruguay la troisième place des pays avec la plus forte participation du répertoire national après le Mexique (54%) et le très enviable Brésil (72%).

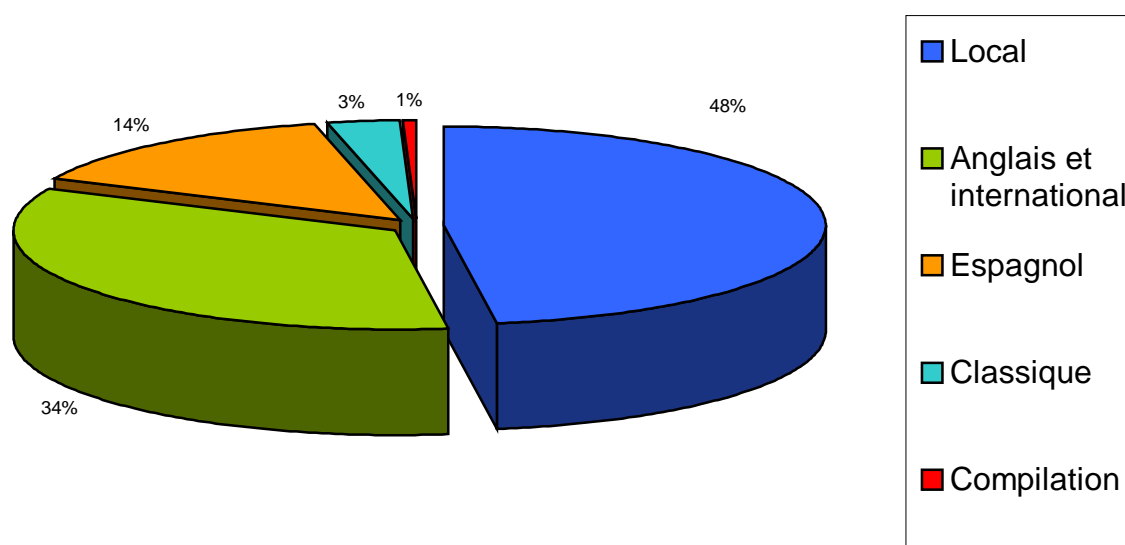
Une des particularités de l'Argentine est la préférence historique qui est donnée par les consommateurs au répertoire national. En 2006, 48% de la musique achetée fait partie du répertoire national, le répertoire anglais et international atteint la seconde place avec 34% des ventes.

*"Il est important de souligner que l'Argentine préfère en majorité la musique nationale. C'est gratifiant, puisqu'avec la CAPIF nous travaillons pour protéger la culture musicale nationale et pour favoriser l'essor de nouveaux artistes, à travers les prix Gardel et la distinction de la personnalité de l'année."* explique Roberto Piay, directeur exécutif de CAPIF.

La préférence musicale en Argentine varie en grande partie selon les zones géographiques et le niveau social des individus. La musique folklorique a une exposition plus importante à l'intérieur du pays, plus spécialement chez les hommes de classe moyenne. Le genre avec la plus forte exposition est le Rock : 57% des Argentins écoutent du rock, surtout présent chez les moins de 34 ans, classe moyenne et supérieure, sans distinctions géographiques. Les grandes villes sont le moteur d'autres genres comme la pop, la salsa, la musique classique, le jazz et les musiques électroniques.

<sup>8</sup> Source CAPIF

Graphique sur la répartition actuelle du marché selon le répertoire<sup>9</sup>



La musique folklorique et le rock sont les genres musicaux qui bénéficient de la plus grande exposition médiatique et scénique, ils sont suivis par les styles tropicaux : la cumbia et le cuarteto (type de cumbia originaire de la ville de Cordoba). Le tango, le « label » argentin par excellence, revit depuis quelques années à Buenos Aires et représente un des « produits » argentins qui s'exporte le mieux. Il contribue à la fois à la diffusion de la culture argentine et au développement du tourisme. Le directeur de gestion et développement des Inrockuptibles<sup>10</sup> faisait remarquer que le R&B et le hip hop avaient une faible pénétration sur le marché argentin par rapport à la France ou à d'autres marchés européens, en Argentine le genre populaire qui prévaut est le folklore ou la musique internationale espagnole.

Parmi les 20 disques les plus vendus en 2006 en Argentine il y a 6 titres nationaux. Le TOP 20 des artistes: Ricardo Arjona, Maná, U2, Diego Torres, Chiquititas, Andrés Calamaro, Madonna, Gustavo Cerati, Axel, Ricky Martin, Robbie Williams, La oreja de Van Gogh, Il Divo, Andrea Bocelli, Shakira y Jame Blunt...

<sup>9</sup> Source : CAPIF 2006

<sup>10</sup> Entretien avec Frédéric Schindler, directeur de gestion et développement des Inrockuptibles, édition argentine

## 2. Marché digital

Les statistiques mondiales montrent que les ventes digitales offrent de nombreuses possibilités de développement du secteur. Le pari de l'industrie musicale est de créer un cadre légal qui d'une part respecte les droits de la propriété intellectuelle permettant aux producteurs de continuer à se développer et de découvrir de nouveaux artistes et qui d'autre part ne contraigne pas la consommation permettant aux utilisateurs de continuer à profiter de la musique au format digital.

*"L'industrie de la musique se trouve aujourd'hui dans une période de transformation. Le développement du digital et avec lui la recrudescence du piratage obligent l'industrie à un changement qui est en train de faire ses premiers pas dans le pays, et qui a déjà donné des résultats prometteurs dans d'autres pays du monde »* Roberto Piay, directeur exécutif de CAPIF.

En effet le marché de la musique digitale, présent depuis quelques années en Argentine, n'en est qu'à ses débuts. Il reste limité par l'utilisation peu répandue de la carte de crédit en ligne mais aussi par le niveau élevé de piratage. Bien que le niveau de pénétration du téléphone portable et de la connexion haut débit s'accélère et que les propositions des services en ligne commencent à s'intensifier, le marché de la musique en ligne n'est pas encore très important, il progresse néanmoins rapidement : durant le premier semestre 2007 les ventes digitales augmentèrent de 276%, musique en ligne et téléphonie mobile confondues. La participation du secteur digital au marché total est de 3,8% alors qu'au premier semestre 2006 il était de 1,1%.

Un des problèmes majeurs de ce secteur est l'absence de politique de développement. Le prix de la musique en ligne est trop élevé, les compagnies elles-mêmes le reconnaissent. Victor Ponieman<sup>11</sup> faisait remarquer lors d'un entretien : « *le prix d'un titre est plus cher que le prix d'un ticket de métro alors qu'aux Etats Unis il est beaucoup moins cher, cela revient plus cher de télécharger la musique que d'acheter le CD* ». La plus part des labels, petits et moyens, n'ont pas les budgets pour créer leur propre site de téléchargement. Ils doivent se joindre à des sites de musique en ligne appartenant à des groupes industriels plus importants. D'autres solutions sont trouvées pour être au plus proche du marché virtuel, par exemple Random sur son site web a mis en place un catalogue de vente à domicile. ([www.randomrecords.com.ar](http://www.randomrecords.com.ar))

En demandant des explications quant au pourquoi d'une politique faible de développement de ce marché on se retrouve face à des silences, ou alors à la mise en valeur du succès des Ring Tones. Cette absence de prise de parole reflète un certain manque de décision et d'unité de l'industrie. Le tiraillement entre les différents groupes d'intérêt est assez visible et leur est au final préjudiciable.

L'Argentine compte 4 plates-formes de téléchargement importantes. En 2000, a été mis en ligne le premier site de vente légale de musique digitale : Faro Latino, [www.tienda.farolatino.com](http://www.tienda.farolatino.com), développement d'un site déjà existant "Faro Buenos Aires" (FaroBue.com), premier disquaire virtuel en espagnol de contenus audio et vidéo latino américain. En 2005 avec un investissement de départ de 400.000 dollars US chacun, le distributeur DBN et le fabricant EPSA Group ont créé Zap Music, [www.zapmusica.com](http://www.zapmusica.com).

---

<sup>11</sup> Entretien avec Victor Ponieman, directeur du label Random

Ce site propose un catalogue de musique locale et internationale de près d'un million de titres. EPSA digital est le représentant de the Orchard en Amérique Latine. Daniel Hadad, propriétaire entre autres de la chaîne de télévision Canal 9 et de plusieurs radios, s'est lancé également dans la course digitale avec [www.10musica.com](http://www.10musica.com). Et enfin ubbi musica, [www.ubbimusica.com](http://www.ubbimusica.com), est un site qui appartient au groupe Clarin et Radio Mitre S.A.

### Le marché des ringtones :

Ces mélodies que l'on télécharge afin de personnaliser les téléphones portables représente un marché global estimé à 3.5 milliards de dollars US, soit environ 10 % du marché mondial de la musique. En Argentine, le marché est estimé à 0.2 millions de dollars US pour 2006<sup>12</sup>. Le principal fournisseur de ringtones en Argentine est Ubbi : [www.ubbi.com](http://www.ubbi.com). Cette idée marketing qui profite aux labels et aux entreprises de téléphonie mobile s'est transformée en un véritable marché porteur.

- En Argentine, télécharger une chanson monophonique coûte aux alentours de 0.50 dollars US et une chanson polyphonique 1 dollar US.
- Les adeptes des ringtones sont prioritairement les adolescents mais la tranche s'étend aux 18-35 ans.
- Les entreprises qui conçoivent les ringtones doivent payer des droits d'auteur à la SADAIC. Il existe des licences pour près de 1 700 œuvres destinées à cet usage.

---

<sup>12</sup> Source : IFPI

### 3. Consommation et pratiques illégales

L'Argentine compte 39,5 millions d'habitants. La majorité des argentins écoute de la musique (93,6%<sup>13</sup>). La musique par son niveau d'exposition est l'industrie culturelle la plus importante. Le CD est le second moyen d'exposition avec 57,2%, la radio le premier avec 87%, et la télévision le troisième avec 27,7%. La dépense per capita des argentins en disques légaux est de 7 pesos, c'est-à-dire moins de 3 dollars par an.

Jusque dans les années 1990, le piratage restait un phénomène latent en Argentine, les ventes parallèles ayant explosé lors de la crise de 2001. Les professionnels de l'industrie musicale ne cachent pas leur inquiétude quant à l'escalade du piratage. Il existe deux types de piratage : le téléchargement illégal de musique digitale sur Internet et la vente de CD physiques contrefaits. Ces deux types de piratage ne sont pas perçus de la même manière pourtant ils violent tous deux la propriété intellectuelle. Le piratage physique est avant tout l'installation d'un marché parallèle qui demande les mêmes solutions répressives que tout autres produits de contrefaçons. Alors que le téléchargement de musique digitale sur Internet fait appel à un changement de mode de consommation et réclame donc des solutions adaptées en plus de la répression physique.

#### Le marché digital illégal :

Près de 13% des foyers argentins ont accès à Internet. Entre les accès privés et publics (boom des cybercafés), on compte approximativement 2 millions de connexions à Internet qui donnent accès au cyberspace à près de 6 millions de personnes. Parmi les foyers connectés à Internet, près de 24% téléchargent de la musique. Près de 11% des connexions sont des connexions haut débit, le réel danger du CD, compte tenu du volume de téléchargements qu'ils permettent.

En Argentine, 608 millions de chansons ont été téléchargées en 2006 : plus de 700.000 foyers téléchargent un nombre de titres qui s'amplifie avec la banalisation du haut débit et la consolidation des cybercafés. On estime à 1 665 753 le nombre de chansons téléchargées par jour.

Le profil des « pirates on-line » : l'activité est plus masculine que féminine, on compte trois hommes pour une femme. Ce sont des cybernautes jeunes : seuls 10 % des pirates ont plus de 36 ans, issus le plus souvent des catégories socioprofessionnelles supérieures.

#### Le marché physique illégal :

En Argentine 55% des CD achetés sont des CD piratés soit 16 millions d'unités en 2006, un taux particulièrement élevé face à une moyenne mondiale de 35 %. En Argentine, comme dans le reste de l'Amérique latine, le marché musical illégal est supérieur au marché légal. Le marché du piratage s'élève à 810 millions de dollars US.

La crise économique qui a pénalisé l'économie argentine ces dernières années a en grande partie favorisé la forte progression du marché musical parallèle. En outre, l'instabilité économique liée aux politiques inefficaces et l'absence de « répression » (ou

---

<sup>13</sup> Secrétariat aux Médias de la Nation

mesures de contrôle plus poussées), ainsi qu'un faible pouvoir d'achat général expliquent cette banalisation du piratage.

Le réseau de distribution des reproductions musicales pirates, deux fois moins chères que sur le marché institutionnel, couvre toute l'Argentine : ainsi, on peut facilement se procurer des CD pirates dans la rue, les foires publiques, mais également sans se déplacer de chez soi, via des livraisons à domicile. Ce marché parallèle intègre dans ses catalogues les plus grands succès et les dernières tendances musicales.

I.F.P.I, la Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique, publie chaque année un TOP Ten « des pays prioritaires » dans la lutte contre le piratage<sup>14</sup> :

Pays	Taux de piratage
Brésil	40%
Canada	28%
Chine	85%
Corée du sud	67%
Espagne	22%
Grèce	50%
Indonésie	88%
Italie	26%
Mexique	65%
Russie	67%

Cette liste se base sur trois critères: l'importance du marché illégal par rapport au marché légal, l'action du gouvernement dans la lutte contre le piratage et le caractère particulier que peut acquérir le piratage dans certaines régions. La liste, des 10 pays prioritaires en 2006 pour la IFPI, compte 2 pays sud-américains (le Mexique et le Brésil) et 2 pays européens à savoir l'Espagne et l'Italie. L'Argentine ne fait pas partie de ce tableau car malgré un important taux de piratage le gouvernement s'est engagé dans la lutte contre le piratage.

L'Argentine, premier pays latino-américain à renforcer ses actions légales contre le piratage musical en ligne :

Aux Etats-Unis, en Corée et en Australie, le logiciel et la plate-forme d'échange de fichiers musicaux, Kazaa, qui représente quasiment une marque déposée dans le piratage musical en ligne, fut jugée illégale ; en Argentine la CAPIF porta plainte contre le groupe espagnol multimédia Telefonica. Le motif de cette plainte concerne particulièrement Speedy, le serveur Internet de Telefonica, qui vantait la facilité du téléchargement dans sa dernière campagne de publicité.

---

<sup>14</sup> Source: IFPI [www.ifpi.org](http://www.ifpi.org).

CAPIF a également porté plainte contre 20 particuliers argentins, considérés comme de grands consommateurs de musique téléchargée illégalement. Il s'agit d'une première campagne de dissuasion dont la presse locale se fit largement l'écho. Le rythme des actions de lutte anti-piratage s'accélère, en 2006 on dénombrait 72 actions menées dans différentes foires du pays où quelques 71.800 supports illégaux furent confisqués. Alors que pour le seul mois de juin 2007 on enregistre 34 nouvelles actions réalisées avec 58 258 CD confisqués. Si l'Argentine prend très au sérieux les menaces qui pèsent sur l'Industrie musicale, ses actions de lutte contre le piratage restent toutefois inefficaces. Malgré une hausse des actions de lutte « physique » (fermeture, confiscations, actions en justice) on note une augmentation du piratage.

Les compagnies discographiques et la CAPIF comme chef de file, luttent pour endiguer ce problème. De nombreuses mesures ont été prises : des mesures de prévention avec des campagnes dans les écoles et des mesures de répressions avec une mise à jour des législations nationales, une participation aux combats internationales, et des coups de filets médiatiques mettant fin à des trafics illégaux. Vu l'ampleur du piratage la tâche reste difficile.

Avant de conclure cette partie il faut souligner qu'aussi important soit le problème du piratage, il touche de manière différente les acteurs de l'Industrie musicale. Victor Ponieman expliquait « *le piratage est mauvais pour tous car il y a moins de monde qui va chez le disquaire. Quand un artiste vend beaucoup, tous vendent beaucoup.* » Mais il ajoutait aussi que le problème le plus important pour les labels indépendants contrairement aux Majors n'était pas le piratage sinon la diffusion de la musique.<sup>15</sup>

Concrètement les compagnies discographiques ne sont pas toutes affectées de la même façon, les labels indépendants ressentent beaucoup moins les conséquences du piratage. C'est un problème qui concerne plus directement les majors qui accusent un fort manque à gagné. Certains labels comme Epsa affirment que « *le piratage est mal d'un point de vue moral* » mais d'autre part ils reconnaissent qu'ils n'en souffrent pas autant : « *La musique la plus piratée est la musique « populaire » qui passe en radio. La musique que l'on produit ici est plus « raffinée » et passionne un public plus ciblé et moins concerné par le piratage* ». <sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Entretien avec Victor Ponieman, directeur du label Random Record

<sup>16</sup> Entretien avec Matias Serra,

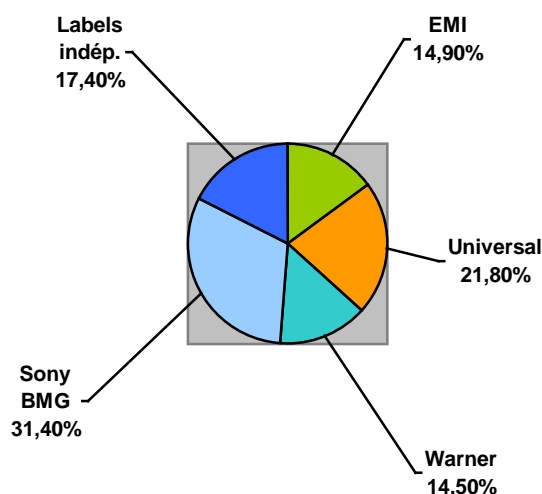
## II Les acteurs de l'Industrie musicale

### 1. Panorama des compagnies discographiques

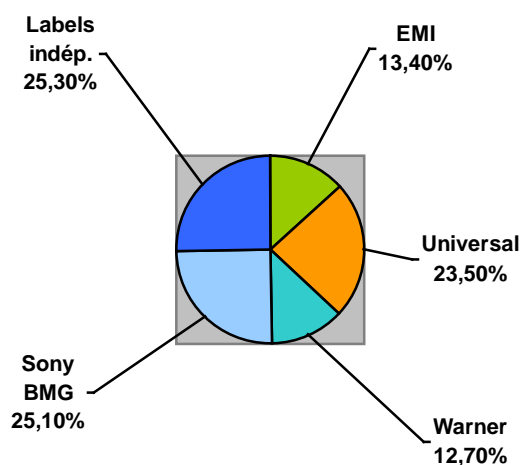
L'industrie argentine reflète assez fidèlement l'industrie mondiale, elle se retrouve confrontée aux mêmes situations et aux mêmes problématiques.

Le marché discographique argentin est largement dominé par 4 multinationales: Universal, Sony BMG, EMI et Warner Music. Ces majors concentrent 82.6 % du marché musical. Les labels indépendants se partagent les 17.4 % restants.<sup>17</sup>

Répartition du marché argentin :



Répartition du marché mondial



Après sa fusion, Sony-BMG confirme son leadership à la fois sur le marché local et global. Notons que les labels indépendants argentins sont cependant moins bien représentés que leurs homologues internationaux. La concentration du marché par des multinationales étrangères est très forte, au dessus de la moyenne mondiale (74,4%) mais inférieur au Chili (90,9%).

Au niveau géographique la répartition des compagnies discographiques en Argentine est assez inégale : la ville de Buenos Aires, fer de lance de l'industrie musicale, affirme sa position dominante avec plus de 70 labels indépendants installés sur son territoire. Cette dichotomie entre capital et provinces s'observe dans beaucoup de pays mais semble ici exacerbée pour plusieurs raisons. D'une part la capitale concentre plus d'un quart de la population du pays, d'autre part la ville s'est dotée d'une importante politique culturelle et domine l'économie du pays.

La relation entre les majors et les labels est un élément essentiel de l'activité. Il définit en grande partie l'organisation du secteur phonographique. Les majors développent une logique de type « blockbuster », mettant sur le marché un échantillonnage de quelques artistes, des stars connues par un grand public, capables d'occuper de nombreuses parts de marché. Les labels en général obéissent plutôt à une logique d'esthétique personnelle, concentrant leurs activités sur des « niches » du marché non occupées par les majors et sur la découverte de nouveaux artistes.

<sup>17</sup> Source : CAPIF 2005

La structure des labels reste difficilement généralisable et donc descriptible. C'est un secteur où l'on trouve une grande diversité économique, politique, sociale et culturelle. Il existe des compagnies indépendantes de toutes tailles de 1 à 100 employés avec des catalogues de 6 à 500 titres. Les labels les plus importants en Argentine après les 4 multinationales sont EPSA Music, Distribuidora Belgrano Norte, Leader Music, Music Brockers, Pelo Music.<sup>18</sup>

Une des particularités des labels est la concentration verticale des différentes activités. Certains labels peuvent être à la fois producteurs, éditeurs, distributeurs et nouvellement organisateur de spectacles. il y a plusieurs typographies possibles:

Prenons l'exemple d'ULTRAPOP<sup>19</sup> et d'un de ces derniers projets. Ultrapop a signé un contrat de licence pour éditer un album de *Nouvelle Vague*. Le label fabrique le CD, le distribue et en assure la promotion. Pour cette la promotion il organise un concert de *Nouvelle Vague* (septembre 2007). La production d'un concert fait partie de la promotion d'un disque et devient le moyen de rentabiliser un catalogue. Mais ce n'est pas seulement le cas d'un label indépendant qui tendrait à vouloir diminuer les coûts on retrouve ce genre d'exemple chez les majors. EMI Music Argentine révèle vouloir commencer à produire des spectacles pour certains artistes de son catalogue<sup>20</sup>.

il existe aussi des sociétés comme EPSA qui sont composées de plusieurs entreprises de l'industrie musicale (La compagnie discographique EPSA, EPSA Electrica, EPSA Publishing, EPSA Digital). ESPSA est à la fois producteur, éditeur, distributeur mais contrairement à une entreprise comme ULTRAPOP qui est présente sur toute la chaîne de production d'un CD d'un artiste de son catalogue, EPSA peut se charger d'un seul maillon de la chaîne pour d'autres partenaires, ainsi elle s'occupe de la distribution pour plusieurs labels indépendants.

Dans les différents entretiens ou discussions, les labels indépendants reconnaissent être plus flexibles que les majors pour s'adapter aux aléas (crise, piratage...) mais en ce qui concerne la défense de leur secteur ils dénoncent un manque de cohésion et de décisions communes. Certaines décisions leur paraissent plus urgentes à court terme alors que les majors travaillent sur des projets à long termes. Le choix des priorités politiques fait naître des conflits d'intérêt. Il y a plusieurs regroupements, le plus important et reconnu est la CAPIF mais plusieurs labels indépendants membres de la CAPIF se sont rassemblés au sein de L'UDI<sup>21</sup>.

### **CAPIF, Chambre Argentine des Producteurs de Phonogrammes et Vidéogrammes<sup>22</sup>**

Depuis sa date de création, le 25 juin 1958, elle a pour mission de défendre, promouvoir et développer les droits des producteurs de phonogrammes.

C'est une association à but non lucratif formée par des compagnies discographiques argentines et internationales. Elle est membre de la Fédération Internationale de l'Industrie phonographique (IFPI). Parmi ces objectifs, on retrouve :

- Protéger les droits intellectuels des producteurs des phonogrammes et vidéogrammes
- Gérer collectivement les droits des producteurs
- Agir contre la piratage de musique

---

<sup>18</sup> Source : IFPI 2006

<sup>19</sup> Entretien avec Gustavo Rudy kisinovsky d'Ultrapop

<sup>20</sup> Entretien avec Matias Serra, d'EMI Music

<sup>21</sup> Union de Discograficas Independientes

<sup>22</sup> [www.capif.org.ar](http://www.capif.org.ar)

- Appuyer le développement de la musique nationale à travers les événements culturels comme les prix Gardel pour la musique et la distinction de « la personnalité de l'année ».

## 2. Les acteurs institutionnels <sup>23</sup>

Il apparaît maladroit de comparer des organisations françaises à des organisations argentines, pour cela chaque organisation sera définie et expliquée. Il y a d'une part les organisations de types institutionnelles aidant au bon fonctionnement et à la protection de l'industrie phonographique et d'autre part des institutions qui contribuent à la vente du disque (promotions, festivals,...)

**SADAIC**<sup>24</sup>, la Société Argentine des Auteurs et Compositeurs de Musique agréée par la loi 17.648, a l'exclusivité de la gestion collective des auteurs compositeurs de musique ainsi elle est l'unique entité autorisée à percevoir et à distribuer les droits générés par l'utilisation des oeuvres musicales, soient nationales soient étrangères; dans ce cas en respectant les différents accords réciproques signés par la totalité des associations des autres pays. La Société Argentine des Auteurs et Compositeurs de Musique se trouve être par ses recettes parmi les quinze premières sociétés au monde et la première en Amérique Latine.

La SADAIC gère donc tous les droits liés à l'activité musicale à l'exception des œuvres chorégraphiques (ballet) et les œuvres de dramaturgie musicale (comédies musicales) qui sont administrées par **Argentores** (voir ci-dessous)

**ARGENTORES**<sup>25</sup> s'occupe de la protection légale, des tutelles juridiques et de l'administration des droits d'auteurs. La loi 20.115 lui reconnaît la représentation légale de tous les auteurs d'œuvres dramatico-musicales, cinématographiques, télévisuelles, radiographiques et chorégraphiques.

**AADI**<sup>26</sup> Association Argentine des Interprètes, entité civil à but non lucratif, gestion collective et défense des droits intellectuels, dont son conseil est intégré par des musiciens interprètes. Son unique finalité consiste dans l'administration et la distribution des droits des interprètes pour la diffusion d'enregistrement. C'est l'unique entité autorisée par le gouvernement national à représenter les droits intellectuels des artistes interprètes.

**AADI - CAPIF**<sup>27</sup> Les deux entités AADI et CAPIF forment AADI-CAPIF ACR ( Association Civile de Recouvrement), une association chargée du recouvrement des droits de diffusion et d'exécution publique de musique.

**Le gouvernement de la ville de Buenos Aires**<sup>28</sup> est très engagé dans l'Industrie Culturelle et notamment musicale. Il a mis en place un observatoire des industries culturelles et génère une série d'outils pour aider les labels.

- Participation aux foires internationales comme le MIDEM, le WOMEX. (Stand, édition de catalogue)

- Aides aux financements (production, promotion, présence aux foires)

---

<sup>23</sup> Voir l'annuaire dans les annexes pour les contacts.

<sup>24</sup> [www.sadaic.org.ar](http://www.sadaic.org.ar)

<sup>25</sup> [www.argentores.org.ar](http://www.argentores.org.ar)

<sup>26</sup> [www.aadi-interpretes.org.ar](http://www.aadi-interpretes.org.ar)

<sup>27</sup> [www.aadi-interprete.org.ar](http://www.aadi-interprete.org.ar)

<sup>28</sup> [www.discograficas.gov.ar](http://www.discograficas.gov.ar), Entretien avec Agustina Peretti, chargé de mission aux sous-secrétariat des Industries culturelles.

- Organisations de concerts pour la promotion de sorties de CD de nouveaux artistes.
- Cycles de formations. (conférences, ateliers)
- Organisation de la BAFIM Feria de l'Industrie Musicale de Buenos Aires, (2<sup>ème</sup> édition en 2007)

### 3. Les autres acteurs du marché musical

Les producteurs d'évènements musicaux<sup>29</sup> :

Parmi les principaux producteurs on trouve Pop Art, Fenix Entertainment, Daniel Grinbank (DG) et CIE Argentina.

#### **Pop Art**<sup>30</sup>

Cette société dont l'ambition première est de s'imposer comme le producteur rock argentin, a réussi le pari de substituer les artistes internationaux par des artistes locaux de qualité à l'image du festival Pepsi Music, désormais considéré comme un événement national. Pour l'édition 2007 (21 septembre / 2 octobre) ont été programmés plus de 40 groupes nationaux et 4 groupes internationaux (Marilyn Manson, The Black eyed peas, the Wealers, the Australian Pink Floyd). De plus cette année en même temps que le festival Pepsi Music, le 21, 22, 23 septembre, Pop Art organise LAMC Latine alternative music Conference, qui a lieu pour la première fois en Argentine.

Pop Art développe ses activités dans trois domaines de compétences avec à sa charge 7 labels discographiques indépendants, un secteur de management artistique ainsi qu'un secteur de commercialisation des shows en Argentine et en Amérique du sud.

Fabian Bottini : [fbottini@popartmusic.com](mailto:fbottini@popartmusic.com)

Lilia Fuster: [lilia@popartmusic.com](mailto:lilia@popartmusic.com)

#### **Fenix Entertainment group**<sup>31</sup>

La société de Marcelo Figoli est leader dans le domaine du divertissement. Elle réalise des show, des concerts, des événements, des défilés, des festivals, des spectacles culturels et des actions de promotion. Après 18 ans d'existence c'est un des producteurs les plus importants d'Argentine. En plus de son siège à Buenos Aires, elle dispose de succursales au Chili et en Espagne et des associés au Mexique, Pérou, Venezuela, Colombie, Uruguay. Les concerts qui ont marqués la dernière saison furent Ricky Martin sur l'Avenue du 9 juillet, Luciano Pavarotti et Mercedes de Sosa au stade de la Boca Juniors, la philharmonique d'Israël avec Zubin Metha à l'Hippodrome de Palermo, Personal Fest et les tournées latino américaines de Shakira, Chayanne, Luis Miguel et Lenny Kravitz, parmi tant d'autres.

[prensa@fenix.com.ar/](mailto:prensa@fenix.com.ar/)

#### **Daniel Grinbank (DG)**<sup>32</sup>

Les productions Daniel Grinbank s'inscrivent dans un registre musical anglo-saxon avec entre autres les concerts argentins de Nirvana, des Rolling Stones, The Ramones, The Chemical Brothers, ou encore Morcheeba. Si son président Daniel Grinbank a suspendu ses activités musicales durant la crise, il s'inscrit aujourd'hui comme un concurrent sérieux

<sup>29</sup> Voir l'annuaire dans les annexes pour les contacts.

<sup>30</sup> [www.popartmusic.com](http://www.popartmusic.com)

<sup>31</sup> Site du groupe Fenix entertainment : [www.fenix.com.ar](http://www.fenix.com.ar)

<sup>32</sup> Site du groupe DG : [www.dge.com.ar](http://www.dge.com.ar)

de Pop Art, avec la venue des Rolling Stones (2006), de Franz Ferdinand...et le festival Bue<sup>33</sup> qui a lieu en général au moi de Novembre. L'édition 2006 comptait dans sa programmation des artistes produits en France : Daft Punk et Amadou et Mariam. Daniel Grinbank était également propriétaire de la radio Rock&Pop, rachetée depuis par CIE.

### **CIE, Corporacion Interamericana de Entretenimiento<sup>34</sup>**

Il faut également compter avec le groupe mexicain CIE dirigé en Argentine par Marcelo Ripoll. Depuis 1997 CIE est installé en Argentine, et développe différentes activités commerciales qui renforce sa position au tant sur le plan horizontal que vertical. L'entreprise se compose d'une division Services avec une entreprise de billetterie électronique (Ticketmaster) et une entreprise de distributeurs d'aliments et boissons qui fonctionne avec les autres secteurs de la société (services internes ou événements publics) ; d'une division Media avec 1 chaîne de télé *Rock & Pop TV*, 1 restaurant/ plateau de radio *Radio Set* et 6 radios : *Rock & Pop 95.9*, *Rock & Pop Net*, *Metro 95.1*, *Blue 100.7*, *Aspen Classic 102.3* y *Radio América 1190*), et d'une division Loisirs avec la production, la communication et la commercialisation de concerts d'artistes nationaux et internationaux comme les Rolling Stones, Red Hot Chili Pepper, U2, Metallica, Kiss, G 3, Alejandro Sanz et Las Pelotas, Bersuit Vergarabat, Gustavo Ceratti...mais aussi des comédies musicales comme *Les Misérables*, *Chicago*, *Le petit prince*...et des festivals à caractère international comme Creamfields, festival de musique électronique qui a lieu début novembre.

Elle est aussi propriétaire d'un des plus prestigieux théâtre de Buenos Aires le *théâtre Opéra*, elle a l'exclusivité de la commercialisation des deux stades plus importants du pays: River Plate y Velez Sarsfield.

Aujourd'hui, les dernières tendances internationales font leur réapparition sur la scène argentine: ainsi, du mois d'octobre à décembre, le printemps en Argentine, on assiste à une surenchère de festivals comme le Pepsi Music, le Bue Festival, le Creamfields, mais aussi le Quilmes Rock Festival<sup>35</sup> qui lui a lieu en avril. Au-delà du succès des scènes pop-rock et latino, de nombreux festivals, de labels indépendants locaux se spécialisent dans la musique électronique qui connaît un engouement certain en Argentine.

### **Les distributeurs<sup>36</sup> :**

En 2006, les consommateurs ont privilégié les magasins spécialisés au détriment des disquaires de quartier et des supermarchés qui connurent une baisse de 2%.

Canaux	2003	2004	Variation
Mégastores	54%	62%	8%
Disquaires de quartier	28%	26%	-2%
Supermarchés	10%	8%	-2%
Kiosques	4%	4%	0%

Source : CAPIF

<sup>33</sup>Site du festival : [www.festivalbue.com](http://www.festivalbue.com)

<sup>34</sup>Site du groupe CIE : [www.cie.com.mx](http://www.cie.com.mx)

<sup>35</sup>[www.quilmes.com.ar](http://www.quilmes.com.ar)

<sup>36</sup> Voir l'annuaire dans les annexes pour les contacts

On assiste à une concentration de la distribution musicale entre les groupes multimédia Musimundo et ILHSA (propriétaire des succursales Yenny, El Ateneo, et Dromo) qui se partagent près de 80% du marché.

Avec 55 succursales dans le pays, la chaîne argentine Musimundo détient 40% du marché musical argentin et compte ouvrir deux succursales avant la fin 2005.

Dromo, du groupe ILHSA, ouvrira ces prochains mois 3 succursales dans le Grand Buenos Aires. Si la majeure partie de ses ventes émane des produits informatiques et électroniques, la musique représente toutefois 16% de son chiffre d'affaires.

Yenni, du même groupe, se consacrait à ses débuts à la vente de livres, et a développé aujourd'hui son activité musicale qui représente désormais 20 % de son chiffre d'affaires.

Au-delà de la concentration du marché par Musimundo et ILHSA, on trouve des distributeurs comme DBN (Distribuidora Belgrano Norte) qui offre un réseau pour toute l'Argentine et commencent à développer des activités à l'international.

### III L'Argentine et l'international

#### 1. Le marché argentin dans le panorama mondial

L'industrie musicale argentine se place au 34<sup>ème</sup> rang mondial<sup>37</sup> en chiffre d'affaires des ventes de musique. Elle participe à moins de 1% du marché mondial avec 51.4 millions de dollars de chiffre d'affaires. Toutefois la comparaison avec d'autres pays s'avère intéressante : le Danemark 20<sup>ème</sup> au rang mondial participe à hauteur de 1% au marché global avec 113.1 millions de dollars de chiffre d'affaire mais en terme d'unités vendues l'Argentine le devance avec 14.5 millions de CD vendues contre 9.6 millions pour le Danemark. La comparaison la plus pertinente est celle avec la Belgique car à un niveau de vente pratiquement identique que celui de l'Argentine avec 13.9 millions de CD vendues son chiffre d'affaire dépasse largement celui de l'Argentine avec 161.8 million de dollars, 15<sup>ème</sup> au rang mondial. De plus l'Argentine et la Belgique font face au même taux de taxe de 21% sur la vente de musique contrairement au Danemark dont la taxe s'élève à 24%.<sup>38</sup>

Annuellement, les différentes sociétés de gestion de droits d'auteurs des œuvres musicale dans le monde liquident les entrées et les sorties correspondants aux droits de reproduction et d'exécution. En Argentine c'est la SADAIC qui s'occupe de cette gestion et qui informe sur les transferts qui se génèrent avec l'édition et la vente des disques à l'étranger et des auteurs étrangers en Argentine. Cette Balance est toujours positive malgré une tendance légèrement à la baisse. Mais il est surtout intéressant de noter d'où arrivent les entrées et les sorties. Les entrées pour l'exécution et la reproduction des artistes argentins proviennent en majorité des Etats Unis, puis d'Espagne, de France, d'Italie, d'Allemagne et du Mexique. Par contre les sorties sont destinés principalement aux Etats-Unis, l'Espagne, l'Angleterre et les compagnies multinationales. L'Argentine exporte bien sa musique depuis la crise, le tango étant la base des produits.

La crise a créé une conjoncture qui a offert d'excellentes opportunités d'exporter au départ de Buenos Aires vers d'autres marchés de l'Amérique latine, d'Europe et autres. Le représentant du service international chez EPSA explique l'enjeu: *« Les prix étant vraiment très bas beaucoup de compagnies étrangères ont osé prendre le risque d'éditer des artistes argentins inconnus sur leur territoire. Le danger était de vendre tout et n'importe quoi mais nous avons préféré ouvrir un marché de qualité et permettre ainsi de pérenniser les contacts et aujourd'hui nous continuons à vendre pour la qualité de nos artistes »*<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Source: 2006 Global recording industry in numbers, IFPI. (La publication IFPI analyse les chiffres de l'année précédente donc 2005)

<sup>38</sup> Source: 2006 Global recording industry in numbers, IFPI.

<sup>39</sup> Entretien avec Juan M. Nunez, responsable du département international chez EPSA

## 2. Le système législatif

### **Quelles sont les lois sur la propriété intellectuelle et les phonogrammes ?**

#### Loi 23. 921

Approbation de la convention internationale sur la propriété intellectuelle des phonogrammes. Buenos Aires le 21 Mars 1991.(Article1. est approuvée la convention internationale sur la protection des artistes, des interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes,et des organismes de radiodiffusion, adoptée à Rome, République italienne, le 26 octobre 1961)

#### Ratification des accords de Marrakech en 1995

L'Argentine a ratifié par la loi 24. 425, publiée au Bulletin Officiel du 5 janvier 1995, les accords de Marrakech. En application de l'article 75 § 22 de la Constitution de 1994, qui octroie aux traités internationaux une valeur supérieure à celle des lois, ces accords sont depuis cette date en vigueur sur l'intégralité du territoire argentin.

### **Comment fonctionnent les licences pour l'import/export de musique ?**

Pour les producteurs français il est bon de savoir qu'en général en Argentine les contrats de licences recouvrent les territoires du Chili, de l'Uruguay et du Paraguay. Même si le but de la licence est d'agir localement, les marchés de ces pays sont très proches et bénéficient d'accords commerciaux. Certaines fois si le territoire est libre ils peuvent aussi demander un contrat de licence pour le Brésil.

Les contrats de licences sont plutôt flexibles et tentent d'établir des compromis entre les producteurs et les licenciés. On trouve des contrats avec avance et sans avance. Les royalties peuvent varier de 18% à 25%, sachant que le prix du CD va de 5 à 8 euros dans les commerces. Pour un contrat entre le producteur et le licencié avec avance le licencié doit payer au producteur une avance sur les ventes des CD. Par exemple s'il espère vendre 2000 CD, que les royalties sont fixés à 18%, ils peuvent décider que les royalties des premiers 1000 CD doivent être payer à l'avance. Mais on trouve aussi des contrats de licences sans avance, les royalties sont payés au fur et à mesure des ventes de CD, ce type de contrat est moins risqué pour les licenciés, les labels indépendants.

Qu'est ce qu'englobe le contrat de licence ?

Utilisation des bandes master en général sur 3 ans renouvelable (pressage et distribution)

Droit d'utiliser le nom et l'image pour la promotion

Droit de diffuser en public

Droit de publicité

### 3. Les relations avec la France

Les relations culturelles entre la France et l'Argentine sont très riches. « Le label France », selon le directeur de gestion et développement des Inrockuptibles<sup>40</sup> Argentine, est présent historiquement dans le milieu intellectuel en Argentine. Aujourd'hui cet intérêt pour la culture française se retrouve surtout chez la génération des 40/ 60 ans et chez les jeunes. Mais cette aura dont la culture française bénéficie n'est pas suffisante pour vendre de la musique. La culture française musicale reste une niche pour les compagnies. Il s'agit en général de produits comme la B.O du film *La même* sortie chez EMI ou des artistes à résonance internationale qui chantent en anglais ou en espagnol.

Quelques chiffres clés des artistes français en Argentine.

Nom des artistes	Unités vendues
Air	10000
Daft Punk	8000
Benjamin Biolay	4000
Aznavour	4000
La vie en rose	5000
Manu Chao Clandestino	90000
Manu Chao Estacion	60000
Manu Chao RadioBamba	40000 (Disque de platine)
Yann Tiersen	4000
Sebastien Tellier	300
Nouvelle Vague	1000
Gotan Project La revancha del tango	40 000 (Disque de platine)
Gotan Project Lunatico	20 000 (Disque d'or)
Agnès Jaoui	1000

Pour les artistes inconnus sur le marché national, il est impossible de lancer un album sans une promotion ciblée. Outre un travail de communication avec la presse, l'organisation de concert reste essentielle pour faire connaître l'artiste. Certains artistes jouent sur différents modes, alliant musique et cinéma, ou musique et littérature. Cette année par exemple le label Random Record a lancé sur le marché argentin l'album d'Agnès Jaoui. L'album a plusieurs avantages : il est chanté en espagnol, l'artiste est déjà connue en tant qu'actrice et réalisatrice. Certains labels soulignent la nécessité actuelle des sponsors : « il est très difficile de faire un concert sans sponsor et les sponsors privés français sont plutôt frileux ». Victor Ponieman analyse la situation de façon suivante « avant il y avait le mécénat, après il y a eu le capitalisme, et maintenant il y a les sponsors », nous sommes à l'air de la communication, des mass media donc l'important est d'exposer son image pour exister et vendre.

L'Ambassade de France à travers différentes actions participe à la diffusion et la présence des musiques françaises actuelles en Argentine. Elle contribue à la création de

<sup>40</sup> Entretien avec Frédéric Schindler, directeur de gestion et développement des Inrockuptibles

liens commerciaux entre les professionnels argentins et français et renforce l'industrie du disque argentin dans le cadre de son engagement en faveur de la diversité culturelle. De manière plus concrète elle aide à l'organisation de concerts, au lancement d'albums et à la création de divers partenariats.

L'Ambassade de France s'est engagée à maintenir son soutien à la ville de Buenos Aires dans le cadre de la deuxième édition 2007 de la BAFIM. Une initiative de l'ampleur de la BAFIM calquée sur le model du MIDEM démontre l'intérêt croissant de la ville envers les industries musicales. Concrètement pour la 2<sup>ème</sup> édition de la BAFIM, l'Ambassade participe à cet événement de plusieurs façons :

- Un stand français partagé avec ses partenaires (Burex, Midem, Inrockuptibles, TV5)
- Des concerts d'artistes français (DJ Missill, Alex Gopher, Elli Medeiros)
- Invitations de plusieurs professionnels (Directeurs de labels, ou autres...)

En dépit de la crise des industries musicales et des caractéristiques du marché argentin, les labels et les majors se montrent toujours ouverts aux propositions ; les musiques françaises ayant un potentiel fort dans ce territoire. Des actions telles que les compilations de diffusion en partenariat avec les Inrockuptibles ou le soutien à la sortie de disques français fonctionnent bien. Les initiatives de promotion des industries musicales permettent notamment d'attirer et de sensibiliser le public jeune et urbain aux productions françaises et contribuent à enrichir une image moderne de la France.

Le marché argentin déjà dans une dynamique d'échange avec les artistes français avec de nouveaux projets pour les mois prochains qu dans la mesure du possible allieront sorties d'album et tournées régionales d'artistes :

- Nouvelle Vague
- Dominique A
- Elli Medeiros
- Janes Birkin
- Keren Ann
- Benjamin Biolay
- Carla Bruni
- Justice
- Phoenix

## **ANNEXE**

**Annexe I : Article de journal sur l'action de la CAPIF**

**Annexe II : Annuaire 2007**

- **Contacter les partenaires institutionnels**
- **Presse : Ou faire la promotion ?**
- **Qui contacter pour la musique en live ?**
- **Contacter les principaux distributeurs**
- **Contacter les compagnies discographiques**

# Crece poco, se piratea mucho

La industria busca adaptarse a las nuevas tecnologías y sigue su lucha contra la piratería

Dos son los frentes de combate para la industria discográfica argentina. En el primero se esfuerza por reestablecer el caudal de ventas de la década del 90, mientras que en el segundo libra una lucha sin cuartel contra la piratería. Entre enero y junio de esta temporada se vendieron 7.946.320 unidades de la totalidad de soportes relacionados con la industria, lo que equivale a 162.959.820 pesos de facturación al público. Las ventas de unidades físicas aumentaron un 2,7 por ciento con respecto al mismo período del año pasado y las ventas digitales en el país, tanto *online* como de telefonía móvil, crecieron un 276 por ciento (su participación en el mercado musical fue del 3,8 por ciento), siempre comparando el semestre de este año con el primero de 2006.

La enorme mayoría de las unidades físicas corresponde al CD, que representa el 92 por ciento del total vendido, seguido por el DVD, con el 7 por ciento. El cassette y el álbum simple son como esos partidos que en las elecciones no llegan al dígito: 0,8 para el primero y 0,09 para el segundo. Estas cifras empujan los ocho millones de unidades que se vendieron en 1997, pero están aún lejos de las 12 millones de unidades del 99. El dato alentador es que desde 2003 a esta parte prácticamente se duplicaron las ventas del primer semestre: de algo más de cuatro millones en 2003 a los casi ocho actuales.

"Por un lado se recupera mercado con relación a los años 90, pero por el otro disminuye la rentabilidad", sostiene Roberto Piay, director ejecutivo de Capif, la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas. "Obviamente esto hace que los riesgos de inversión sean mayores -agrega el directivo- y que las discográficas tomen más recaudos a la hora de invertir. Lo interesante es que esto obligó a las compañías a plantear nuevas alternativas de negocio, como la novedad de que algunas están incursionando en la producción de espectáculos."

### Cabeza a cabeza

*Patito feo* y Soda Stereo se repartieron los primeros dos lugares del ranking de ventas del semestre y aún hoy siguen alternándose en esas posiciones. El ciclo de ficción de Canal 13 encabeza otro índice, el del crecimiento de la música pensada para chicos y preadolescentes que, entre las primeras posiciones del semestre, incluye también a *High School Musical* (*High School Musical*, *The Concert*), en el quinto lugar; *Teenangels* (la música de *Casi ángeles*), en el sexto; *Hanna Montana* (la banda de sonido de la serie de Disney), en el undécimo y *The Cheetah Girls II*, en la 15ta. ubicación, otra serie para chicos y preadolescentes de la señal del ratón Mickey.

Desde que se anunció el retorno de Soda Stereo, las bateas acusaron recibo del impacto y el lanzamiento del compilado *Me verás volver (Hits & +)* le vino como anillo al dedo a un público ávido de acortar la espera con la escucha de sus clásicos. Por estos días los que escalan lentamente posiciones son los álbumes de estudio del trío, relanzados por su compañía, Sony-BMG.

Maná, con su disco *Amar es combatir* y Chayanne, con *Mi tiempo* ocuparon, respectivamente, la tercera y cuarta posición del semestre. Ellos, junto a Ricardo Montaner, en el octavo lugar, representan al pop y la balada latina, siempre seductores para la industria discográfica local. Los discos restantes que se ubicaron entre los primeros diez corresponden al compilado *Gran Hermano 2007* (7°), *En vivo*, de Jorge Rojas (8°) y *Not Too Late*, de Norah Jones (9°).

### Una de piratas

Mientras la industria se recupera a un ritmo lento, sus integrantes tienen bien en claro que el crecimiento choca contra un muro invisible y sólido a la vez: el de la piratería. Según el informe semestral de Capif, el 60 por ciento del mercado es pirata. Pero si hasta hace poco tiempo la industria paralela estaba dominada por los discos truchos que se venden en la vía pública, ahora las descargas digitales no autorizadas son la mayor amenaza. Se estima que sólo en 2006 se

descargaron 608 millones de canciones.

"La piratería física ofrece la facilidad de poder encarar una acción policial contra ellos -sostiene Piay-. Pero la irrupción de Internet y la descarga de archivos no autorizados hace más complejo el tema, porque se comparten carpetas de archivos a nivel global y, a diferencia de la vía pública, acá no está tan claro que haya un fin de lucro. El tema lo encaramos con acciones civiles contra las personas que ponen a disposición de otras miles de archivos y concientización en las escuelas, con la campaña Todo empieza con una canción."

Como tendencia, el segundo semestre ya muestra el protagonismo que tendrán Miranda! y Los Piojos con sus nuevos discos y lo difícil que será desbancar a Soda Stereo de las primeras posiciones.

## Por Sebastián Espósito

### De la Redacción de LA NACION Datos redondos

- **De platino:** el álbum de Maná, de 2006, llegó al triple platino (120 mil unidades), mientras que Patito feo alcanzó el doble platino (80 mil discos).
- **Sólo los chicos:** buenas ventas y variada oferta mostró el sector, con más de 40 novedades.
- **Los Piojos:** anteayer, en el día del lanzamiento de *Civilización*, se agotaron los discos en las tiendas porteñas.
- **Skay:** *La marca de Cain* es el álbum independiente más vendido en julio.

Link permanente: <http://www.lanacion.com.ar/932844>

[Noticias](#) | [Espectáculos](#) | [Nota](#)

# ANNUAIRE 2007

---

## Contacter les partenaires institutionnels

---

### ■ SADAIC

Adresse : Lavalle 1547, C1048AAK, Buenos Aires  
Tél : (+5411) 4379-8630  
Président : Atilio Stampone  
Directeur Général : Guillermo Ocampo  
Tél : (5411) 4379-8608  
Mail : [gocampo@sadaic.org.ar](mailto:gocampo@sadaic.org.ar)  
Site web : [www.sadaic.org.ar](http://www.sadaic.org.ar)

### ■ ARGENTOR

Adresse : Pacheco de Melo 1820, 1126 AAB Capital Federal  
Tél : (+5411) 4811-2582 ou (+5411) 4812-9996  
Président : Dr Alberto J. Iglesias  
Mail : [aiglesias@argentores.org.ar](mailto:aiglesias@argentores.org.ar)  
Site web : [www.argentores.org.ar](http://www.argentores.org.ar)

### ■ AADI

Adresse : Cordoba 2020, Rosario Provincia de Santa Fe  
Président : Dr Armando Daniel Abruza  
Mail : [aadi@aadi-interpretes.org.ar](mailto:aadi@aadi-interpretes.org.ar)  
Site Web : [www.aadi-interpretes.org.ar](http://www.aadi-interpretes.org.ar)

### ■ CAPIF

Adresse : Avenida Leandro N. Alem 530, piso 9, 1001 Buenos Aires  
Tél : (+5411) 4315-0580  
*Président : Ricardo Píay*  
Directeur Général : Gabriel Salcedo  
Assistante : Carolina Euler  
Mail : [ceuler@capif.org.ar](mailto:ceuler@capif.org.ar)  
Site Web : [www.capif.org.ar](http://www.capif.org.ar)  
Mail : [capif@capif.org.ar](mailto:capif@capif.org.ar)

### ■ SADEM

Adresse : Belgrano 3565, 1210 Buenos Aires  
Tél : (+5411) 4957-3522  
Contact Direction Générale : [direcciongral@sadem.com.ar](mailto:direcciongral@sadem.com.ar)  
Contact Assistante Générale : [gremiales@sadem.com.ar](mailto:gremiales@sadem.com.ar)  
Site Web : [www.sadem.com.ar](http://www.sadem.com.ar)

---

## Presse : Où faire la promotion ?

---

### PRESSE QUOTIDIENNE :

#### ■ **CLARÍN**

Editeur Général : Ricardo Kirschbaum

Editeur Général Adjoint : Ricardo Roa

Journaliste Musique : Mariano Del Mazo

Mail: [mdelmazo@clarin.com](mailto:mdelmazo@clarin.com)

Adresse : Piedras 1743, 1140 Buenos Aires, Argentine

Tél : ( +5411) 4309-7500

Site web: [www.clarin.com](http://www.clarin.com)

**SI! est le supplément qui traite de l'actualité culturelle (concerts, sorties...) de Clarín.**

Responsable: José Bellas

Mail : [jbellas@clarin.com](mailto:jbellas@clarin.com)

#### ■ **LA NACIÓN**

Editeur Général : Hector D'Amico

Responsable section musique : Sebastian Esposito

Mail : [sesposito@lanacion.com.ar](mailto:sesposito@lanacion.com.ar)

Responsable section spectacles : Pablo Sirven

Mail : [psirven@lanacion.com.ar](mailto:psirven@lanacion.com.ar)

Tél : (+5411) 4319-1600

Adresse : Bouchard 557, C1106 ABG Buenos Aires, Argentine

#### ■ **PAGINA 12**

Responsable Editorial : Fernando Sokolowicz

Journaliste Musique Pop : Mariano Blejman

Mail : [marianet@editor21.com](mailto:marianet@editor21.com)

Journaliste Jazz Classique : Diego Fisherman

Journaliste Musique populaire : Fernando D' Addario

Mail (en précisant le nom du journaliste en objet) : [redactor@pagina12.com.ar](mailto:redactor@pagina12.com.ar)

Adresse : Av. Belgrano 671-77, C1092 AAG Buenos Aires

Site web: [www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar)

**NO! est le supplément de Pagina 12 qui traite de l'actualité culturelle (concerts, sorties...).**

Editeur : Mariano Blejman

Mail : [supleno@pagina12.com.ar](mailto:supleno@pagina12.com.ar) ou [marianet@editor21.com](mailto:marianet@editor21.com)

Tél : (+54 11) 6772-4400 / 4465 / 4467

### PRESSE SPECIALISEE :

#### ■ **LOS INROCKUPTIBLES**

*Il s'agit de la version argentine de l'hebdomadaire français. Ce mensuel comporte des articles traduits de l'édition mère ainsi que des reportages sur l'actualité musicale locale.*

Directeur Editorial : Mariano Valerio

Mail : [valerio@losinrockuptibles.com](mailto:valerio@losinrockuptibles.com)

Adresse : Zabala 3175, Buenos Aires, Argentine

Tél : (+54 11) 4554-7504/ 4551-1411

Mail : [info@losinrockuptibles.com](mailto:info@losinrockuptibles.com)

Site web : [www.losinrockuptibles.com](http://www.losinrockuptibles.com)

■ **ROLLING STONE**

*Il s'agit de la version argentine de la revue nord-américaine. Ce mensuel est édité par le groupe éditorial argentin LA NACIÓN.*

Directeur Editorial : Victor Hugo Ghitta

Secrétaire de rédaction : Ernesto Martelli

Editeur : Pablo Plotkin

Mail : [pplotkin@rollingstone.com.ar](mailto:pplotkin@rollingstone.com.ar)

Rédaction: Alejandro Seselovsky

Mail: [aseselovsky@rollingstone.com.ar](mailto:aseselovsky@rollingstone.com.ar)

Tél rédaction : (+54 11) 4021-4343

Adresse : Castillo 1366, Edificio 4, (1414AXD) Buenos Aires, Argentine

Site web : [www.rollingstonela.com](http://www.rollingstonela.com)

■ **PRENSARIO**

*Il s'agit d'une revue professionnelle mensuelle destinée aux disquaires, aux producteurs et à tous les professionnels du disque en Argentine. La revue traite également des marchés chiliens, uruguayens et péruviens.*

Directeur éditorial : Alejo Smirnoff

Mail : [alejo@prensario.com](mailto:alejo@prensario.com)

Adresse : Lavalle 1569, Piso 4, Of 405 (C1048AAK) Buenos Aires, Argentine

Tél : (+54 11) 4372-6948

Site web : [www.prensario.com](http://www.prensario.com)

## LES GRATUITS :

■ **WIPE**

*Il s'agit d'un mensuel gratuit qui dresse un agenda des sorties, des concerts et des expositions qui ont lieu à Buenos Aires.*

Responsables : Alfredo Visciglio et Paulo Russo

Mail : [anunciantes@wipe.com.ar](mailto:anunciantes@wipe.com.ar)

Tél: (+5411) 4832-9029

## SITES WEB RECOMMANDES

Site de l'Observatoire des Industries Culturelles du Secrétariat de la Culture :

<http://www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/observatorio>

Mail : [observatoriocultural@buenosaires.gov.ar](mailto:observatoriocultural@buenosaires.gov.ar)

Adresse : Lima 221 P2.

Tél : (+5411)5371 4990

Les moteurs de recherche : [www.google.com.ar](http://www.google.com.ar) et [www.yahoo.com.ar](http://www.yahoo.com.ar)

---

## Qui contacter pour la musique en live ?

---

### LES SALLES

#### ■ NICETO Club

Adresse : Niceto Vega 5510, Buenos Aires  
Site Web : [www.nicetoclub.com](http://www.nicetoclub.com)  
Directrice de programmation : Sabina Conti  
Téléphone : (+54 11) 47 79 93 96/ (+54 11) 15 51 82 37 05  
Mail : [sabi.conti@fibertel.com.ar](mailto:sabi.conti@fibertel.com.ar)  
Concerts : Stéréo Total, Les Clones, Kid Loco, Ilorca, Joakim ...

#### ■ LE COCOLICHE

Adresse : Rivadavia 878, Buenos Aires  
Site Web : [www.cocoliche.net](http://www.cocoliche.net)  
Directrice de programmation :  
Téléphone : (+54 11) 43 31 64 13  
Concerts : DJ set...

#### ■ LA TRASTIENDA

Adresse : Balcarce 460, San telmo, Buenos Aires  
Site Web : [www.lastrastienda.com](http://www.lastrastienda.com)  
Téléphone : (+54 11) 43 42 76 50  
Mail : [info@lastrastienda.com](mailto:info@lastrastienda.com)

#### ■ LUNA PARK

Adresse : Bouchard 465, (C1106 ABE) Buenos Aires  
Site Web : [www.lunapark.com.ar](http://www.lunapark.com.ar)  
Directeur de programmation : Esteban Livera  
Téléphone : (+54 11) 52 79 52 79  
Concerts Lily Allen, Motorhead, Il Divo, Bryan Adams

#### ■ PACHA

Adresse : Av. Costanera Norte y pampa, CP 1428 Buenos Aires  
Site Web : [www.pachabuenosaires.com](http://www.pachabuenosaires.com)  
Téléphone : (+54 11) 47 88 42 80/ 95  
Mail : [eventos@pachabuenosaires.com](mailto:eventos@pachabuenosaires.com)  
Concerts : DJ set...

#### ■ GRAN REX

Adresse : Av. Corrientes 857  
Téléphone : ( +54 11) 43 22 80 00  
Concerts : Ute Templer, Eliane Elias, Nouvelle Vague...

#### ■ Alsina Buenos Aires

Adresse : Alsina 940, Buenos Aires  
Site Web : [www.palaciobuenosaires.com](http://www.palaciobuenosaires.com)  
Directrice de programmation : Gabriel di Biasso  
Téléphone : (+54 11) 43 3132 31  
Mail : [gaby@alsinabuenosaires.com](mailto:gaby@alsinabuenosaires.com)

Concerts :DJ Set ...

## LES PRINCIPAUX PRODUCTEURS D'ÉVÉNEMENTS MUSICAUX

### ■ POP ART

Adresse: Concepción Arenal 2978 Piso 4to H (C1414DGH), Buenos Aires.

Site Web : [www.popartmusic.com](http://www.popartmusic.com)

Contact : [info@popartmusic.com](mailto:info@popartmusic.com)

Président : Roberto Costa

Assistante : Mariela Invernizzi

Mail: [Mariela@popartmusic.com](mailto:Mariela@popartmusic.com)

Tél: (+5411) 4777-8090

Presse : María Nolte

Mail : [marian@popartmusic.com](mailto:marian@popartmusic.com)

Tél : (+5411) 4331-0615

Événements / Festivals : Pepsi Music en vivo 2005, Quilmes Rock 2004, Personal Fest...

Concerts : Pearl Jam, Las Pelotas, The White Stripes, Catupecu Machu...

### ■ CIE ARGENTINA -DIVISIÓN ENTRETENIMIENTOS

Adresse : Freire 932 (1426) Buenos Aires

Tél : (+5411) 4010-8200

Site Web : [www.ciemedios.com](http://www.ciemedios.com)

Directeur : Marcelo Ripoll

Chargé de la production d'événements Cie : Sebastián Carlomagno

Mail : [scarlomagno@cieargentina.com.ar](mailto:scarlomagno@cieargentina.com.ar)

Responsable de la production du festival Creamfield : Esteban Ochoa

Mail: [eochoa@cieargentina.com.ar](mailto:eochoa@cieargentina.com.ar)

Événements : Creamfields, Southfest, Brama Moonpark...

### ■ DANIEL GRINBANK ENTERTAINMENT GROUP (DG GROUP)

**Adresse: Amenabar 23, Buenos Aires, Argentine**

Fax : (+5411) 4777-0444

Site web : [www.dge.com.ar](http://www.dge.com.ar)

**Président : Daniel Grinbank**

Responsable des activités internationales : Griselda Calderon

Tél : (+5411) 4776-6111

Presse : Natasha Tieffenberg

Tél : (+5411) 4556-1889/ 4551-5228

Mail : [natyt@fibertel.com.ar](mailto:natyt@fibertel.com.ar)

Festivals: Festival Bue ([www.festivalbue.com](http://www.festivalbue.com)), Nokia Trends...

Concerts: Iron Maiden, Sting, Sheryl Crow, Red Hot Chili Peppers, Deftones, Rolling Stones...

### ■ FENIX ENTERTAINMENT GROUP

Tél : (+5411) 4807-2882/ 4804-5453

Site Web : [www.fenix.com.ar](http://www.fenix.com.ar)

Mail : [fenix@fenix.com.ar](mailto:fenix@fenix.com.ar)

Président : Marcelo Figoli

Directeur Général : Horacio Nieto

Événements : Orchestre Philharmonique d'Israël, Personal Fest 2005...

Concerts : Ricky Martin, Luciano Pavarotti, José Carreras, Los nocheros, Airbag...

---

## Contacter les principaux distributeurs

---

### ■ MUSIMUNDO



Adresse : Av. Del Campo, C1427APP, Buenos Aires, Argentine  
Tél : (+5411) 4555-8600  
Fax : (+5411) 4555-8514  
Site web : [www.musimundo.com.ar](http://www.musimundo.com.ar)

Président : Richard Gluzman  
Tél : (+5411) 4891-0700  
Directeur Général : Nerio Peitiado  
Tél : (+5411) 4555-8630  
Mail : [mlepera@musi.com.ar](mailto:mlepera@musi.com.ar)  
Directeur Commercial : Gustavo Alvarez  
Mail : [galvarez@musi.com.ar](mailto:galvarez@musi.com.ar)  
Directeur des Marchés Internationaux : Pablo Morales  
Mail : [pmorales@musi.com.ar](mailto:pmorales@musi.com.ar)

### ■ ILSHA



Directeur Général : Adolfo De Vincenzi  
Directrice Editorial : Luz Henriquez  
Directeur Comercial Yenny/El Ateneo : Antorio Dalto  
Directeur des Réseaux Alternatifs : Darío Wainer

Site web: [www.tematika.com](http://www.tematika.com)

### ■ DBN ( Distribuidora Belgrano Norte)

Adresse : Zabala 3941, C1427DY Buenos Aires, Argentine  
Tél : (+5411) 4555-6100  
Fax : (+5411) 4555-6400  
Site web : [www.dbndiscos.com](http://www.dbndiscos.com)  
Mail info : [prensa@dbndiscos.com](mailto:prensa@dbndiscos.com)  
Directeur Artistique: Marcelo Canzani  
Mail : [exportacion@dbndiscos.com](mailto:exportacion@dbndiscos.com)  
Directeur des ventes: Eduardo Lanfranco  
Mail : [ventas@dbndiscos.com](mailto:ventas@dbndiscos.com)

---

## Contacter les compagnies discographiques

---

### LES MAJORS :

#### ■ EMI MUSIC PUBLISHING ARGENTINA



Adresse : Avenida Cabildo 488, 1426 Buenos Aires, Argentine  
Téléphone : (+5411) 4852-1500  
Site Web : [www.emimusica.com.ar](http://www.emimusica.com.ar)

Président : Camilo Kirjner  
Mail : [camilo.kirjner@emusic.com](mailto:camilo.kirjner@emusic.com)  
Tél : (+5411) 4852-1510/11  
Fax : (+5411) 4852-1501  
Assistante : Florencia senosetti  
Directeur stratégique : Ernesto vicente  
Mail : [enersto.vicente@emimusisc.com](mailto:enersto.vicente@emimusisc.com)

#### ■ SONY / BMG MUSIC ARGENTINA



Adresse : Humberto Primo 555, 1103 Buenos Aires, Argentine  
Tél : (+5411) 5218-2200/ 2292 (fax)  
Site Web : [www.sonybmg.com.ar](http://www.sonybmg.com.ar)

Président : Afo Verde  
Assistante : Andrea La Rosa  
Tél. (+5411) 5218-2214  
Fax : (+5411) 5218-2292  
Mail : [andrea.larosa@bmg.com](mailto:andrea.larosa@bmg.com)  
Responsables du catalogue international : Virginia Koren et Mariela Croci  
Mails : [virginia.koren@sonybmg.com](mailto:virginia.koren@sonybmg.com) et [mariela.croci@sonybmg.com](mailto:mariela.croci@sonybmg.com)

#### ■ UNIVERSAL MUSIC ARGENTINA



Adresse : Valentin Gomez 3530, C1191AAP Buenos Aires  
Tél : (+5411) 4867-7070  
Site Web : [www.universalmusicargentina.com](http://www.universalmusicargentina.com)

Président : Manuel Pena  
Responsable du catalogue international : Carina Stagna  
Mail : [carina.stagna@umusic.com](mailto:carina.stagna@umusic.com)  
Responsable catalogue : Sebastian Epeloa  
Mail : [sebastian.epeloa@umusic.com](mailto:sebastian.epeloa@umusic.com)

#### ■ WARNER MUSIC ARGENTINA

Adresse : Avenida Cordoba 1351, 2°, C1055AAD Buenos Aires, Argentine  
Téléphone : (+5411) 4813-3333  
Site Web : [www.warnermusic.com](http://www.warnermusic.com)

Président : Guillermo Castellani  
Mail : [guillermo.castellani@warnermusic.com](mailto:guillermo.castellani@warnermusic.com)  
Assistante : Liliana Muenta

Mail : [liliana.muente@warnermusic.com](mailto:liliana.muente@warnermusic.com)  
Directeur artistique : José Luis Lombardo  
Mail : [jose.lombardo@warnermusic.com](mailto:jose.lombardo@warnermusic.com)  
*Responsable du catalogue international : Elisa Suarez*  
Mail : [elisa.suarez@warnermusic.com](mailto:elisa.suarez@warnermusic.com)

## PRINCIPAUX LABELS INDEPENDANTS :

### ▪ TANGO ET FOLKLORE ARGENTIN :

#### ▪ ACQUA RECORDS

**Adresse** : Callao 468, 3º « 7 », Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 5218-6780  
**Fax** : (54 11) 4867-4374  
**E-mail** : [info@acqua-records.com](mailto:info@acqua-records.com) ou [acquaventas@fibertel.com.ar](mailto:acquaventas@fibertel.com.ar)  
**Site Web**: [www.argentinamusical.com](http://www.argentinamusical.com)  
**Directeur Artistique** : Myriam Porta  
**Ventes** : Leonardo Porta  
**Répertoire** : Popular  
**Catalogue** : 108 titres  
**Date de création** : 1991

#### ▪ ARGENTINA MUSICAL

**Adresse**: Rodriguez Peña 557 P.B. B  
**Téléphone** : (54 11) 4372-7402  
**E-mail** : [argentinamusical@yahoo.com.ar](mailto:argentinamusical@yahoo.com.ar)  
**Site Web** : [www.acqua-records.com](http://www.acqua-records.com)  
**Directeur Artistique** : Diego Zapico  
**Ventes** : Daniel Brizuela  
**Répertoire** : Tango / Folklore  
**Artistes** : Raúl Carnota / Cecilia Todd / Irupé  
**Catalogue** : 120 titres  
**Date de création** : 1997

#### ▪ ByM DISCOGRÁFICA

**Adresse** : Diagonal 77 N° 1039, (B1902BNQ) La Plata, Province de Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 221) 424-1910  
**Fax** : (54 221) 424-1910  
**E-mail** : [discografica@bysr.com](mailto:discografica@bysr.com)  
**Sites Web** : [www.bysr.com](http://www.bysr.com)  
et [www.byteandmusic.com.ar](http://www.byteandmusic.com.ar)  
**Directeur Artistique** : Javier Chalup  
**Ventes** : Nelly Santamarta  
**Distribution** : Epsa Music  
**Répertoire** : Folklore / Jazz / Instrumental  
**Artistes** : Rafael Amor / Julio Lacarra  
**Catalogue** : 47 titres  
**Date de création**: 1997

#### ▪ CICLO3

**Adresse** : Estados Unidos 629, (C1101AAM) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 4307-1581  
**Fax** : (54 11) 4307-1581  
**E-mail** : [contacto@ciclo3.com.ar](mailto:contacto@ciclo3.com.ar)  
**Site Web** : [www.litovitale.com.ar](http://www.litovitale.com.ar) [www.lilianavitale.com.ar](http://www.lilianavitale.com.ar)  
**Directeur Artistique** : Rubens Marcos Vitale  
**Ventes** : Esther Soto

**Distribution** : Ciclo 3  
**Répertoire** : Musique populaire argentine  
**Artistes** : Lito Vitale / Liliana Vitale  
**Catalogue** : 40 titres  
**Date de création** : 1976

■ **DISCOS CNR DE ARGENTINA SRL**

**Adresse** : San José 1277, (C1136AAA) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 4309-5100  
**Fax** : (54 11) 4309-5136  
**E-mail** : [discoscnr@radar.com.ar](mailto:discoscnr@radar.com.ar)  
**Directeur Artistique** : Jorge Cristobo  
**Distribution** : CNR  
**Répertoire** : Tango / Folklore  
**Artistes**: María Volonté / Juan Carlos Cáceres  
**Date de création** : 1998

■ **CLAN DILO MUSIC**

**Adresse** : Calle 37 nr. 1018 - La plata  
**Téléphone** : 221 4251991  
**E-mail** : [clandilo@hotpop.com](mailto:clandilo@hotpop.com); [clandilosrl@gmail.com](mailto:clandilosrl@gmail.com); Site Web : [www.webalice.it/clandilosrl](http://www.webalice.it/clandilosrl)  
**Directeur artistique** : Giorgio di Lorenzo  
**E-Mail** : [exportacion@dbndiscos.com](mailto:exportacion@dbndiscos.com)  
**Ventes** : Antonella Di Lorenzo  
**Catalogue** : 280 titres  
**Date de création** :

■ **DBN (Distribuidora Belgrano Norte)**

**Adresse** : Zabala 3941, (C1427DYI) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 4555-6100  
**Fax** : (54 11) 4555-6400  
**E-mail** : [prensa@dbndiscos.com](mailto:prensa@dbndiscos.com)  
**Site Web** : [www.dbndiscos.com](http://www.dbndiscos.com)  
**Directeur artistique** : Marcelo Canzani  
**E-Mail** : [exportacion@dbndiscos.com](mailto:exportacion@dbndiscos.com)  
**Ventes** : Eduardo Lanfranco  
**Répertoire** : Folklore /Tango /Cumbia/ Rock  
**Artistes** : Frank Saravia / Jairo / Chaqueño Palavecino /Tamara Castro/ Los Chalchaleros  
**Catalogue** : 100 titres  
**Date de création** : 1976

■ **EPSA MUSIC**

**Adresse** : México 2835, (C1223ABG) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 6778-7777  
**Fax** : (54 11) 6778-7764  
**E-mail** : [info@epsamusic.com.ar](mailto:info@epsamusic.com.ar)  
**Site Web** : [www.epsamusic.com.ar](http://www.epsamusic.com.ar)  
**Président** : Laura Tesoriero  
**Distribution** : EPSA Music  
**Répertoire** : Tango / Folklore / Classique  
**Artistes** : Orquesta del Tango de la Ciudad de Buenos Aires / Sexteto Mayor  
**Catalogue** : 500 titres  
**Date de création** : 1996

■ **GLD (GRUPO LASER DISC)**

**Adresse** : Corvalán 1845, (C1440DJC) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 4682-6003  
**E-mail**: [gld@grupolaserdisc.com](mailto:gld@grupolaserdisc.com)  
**Site Web**: [www.gldistribuidora.com.ar](http://www.gldistribuidora.com.ar)  
**Directeur Artistique** : José M. Oroña  
**Ventes**: Eduardo Di Bella

**Distribution:** GLD

**Répertoire :** Folklore / Tango/ Rock/Tropical

**Artistes:** Rubén Juárez / Ricardo Vilca / Chango Spasiuk / Roberto Goyeneche

**Catalogue:** 800 titres

**Date de création :** 2001

■ **IRCO VIDEO S.R.L.**

**Adresse :** Av. Elcano 3835 / 37, (C1427CHC) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4553-8646

**E-mail :** [estudios@cosentino.com.ar](mailto:estudios@cosentino.com.ar) / [jlautaro@ciudad.com.ar](mailto:jlautaro@ciudad.com.ar)

**Site Web :** [www.cosentino.com.ar](http://www.cosentino.com.ar)

**Directeur Artistique :** Ivan R. Cosentino

**Ventes :** Ivan R. Cosentino

**Répertoire :** Classique/ Tango

**Artistes :** Alfredo Abalos / Eric Alberti

■ **LEADER MUSIC**

**Adresse :** San José 1277, (C1136AAA) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4309-5100 / 4309-5128

**E-mail :** [promonacional@leadermusic.com](mailto:promonacional@leadermusic.com)

**Site Web :** [www.leadermusic.com](http://www.leadermusic.com)

**Répertoire :** Tropical / Folklore / Tango / Jazz

**Artistes :** Banda XXI / Leo Mattioli

**Catalogue :** 1200 titres

**Date de création :** 1989

■ **MAGENTA (BGM INDUSTRIAS DEL DISCO)**

**Adresse :** Montevideo 418, 12º, (C1019ABJ) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4373-4228

**E-mail :** [magenta@fibertel.com.ar](mailto:magenta@fibertel.com.ar)

**Site Web :** [www.magentadiscos.com](http://www.magentadiscos.com)

**Répertoire :** Tango / Folklore / Cumbia Villera / Tropical / Bolero / Cumbia / Cuarteto

**Artistes :** Nelly Omar / Jorge Valdez

**Catalogue :** +/- 1500 títulos / titres

**Date de création :** 1966

■ **MUSICA & MARKETING S.A. (M&M)**

**Adresse :** Corvalán 1845, (C1440DJC) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4682-6003

**E-mail :** [hbazzano@grupolaserdisc.com](mailto:hbazzano@grupolaserdisc.com)

**Site Web :** [www.glddistribuidora.com.ar](http://www.glddistribuidora.com.ar)

**Directeur Artistique :** Claudio Nadal

**Répertoire :** Folklore / Tango / Rock / Tropical

**Artistes :** Argentino Luna / Emiliano Cardozo / Mario Bofill / Los Alonsitos

**Catalogue :** 400 titres

**Date de création :** 1990

■ **PAI**

**Adresse :** Galicia 1290, (C1416DGP) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4582- 4427

**E-mail :** [ferlerman@infovia.com.ar](mailto:ferlerman@infovia.com.ar)

**Site Web :** [www.pairecords.com.ar](http://www.pairecords.com.ar)

**Directeur Artistique :** Fernando Lerman

**Ventes :** Susana Porcellana

**Distribution :** Acqua Records / S.U.R. / Gobi Music

**Répertoire :** Jazz / Folklore / Tango

**Artistes:** Patricia Barone / Willy Gonzalez

■ **SOCESA**

**Adresse :** Juramento 1155, 2ºC (C1428DMK) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4785-3029

E-mail : [nestorsabato@yahoo.com.ar](mailto:nestorsabato@yahoo.com.ar)

Directeur Artistique : Néstor Sábato

Ventes : María Roitman

Distribution : SOCSA

Répertoire : Tango

Artistes : Orquesta Típica La Furca / Carlos Rossi / Reynaldo Martín / Gente de Tango Orquesta Típica

Catalogue : 32 titres

Date de création : 2002

■ **TROVA INDUSTRIAS MUSICALES S.A.**

Adresse : Juan Francisco Seguí 3745 5ºA (C1425ACE) Buenos Aires, Argentine

Téléphone : (54 11) 4808-0966

E-mail : [trovamusic@fibertel.com.ar](mailto:trovamusic@fibertel.com.ar)

Site Web : <http://cablemodem.fibertel.com.ar/trova>

Directeur Artistique : Fernando Guelar

Répertoire : Tango / Folklore / Jazz / Humour/ Musique brésilienne

Artistes : Astor Piazzolla / Les Luthiers

Catalogue : 54 titres

Date de création : 1964

▪ **MUSIQUE CONTEMPORAINE ( TANGO / JAZZ/ FUSION... ) :**

■ **BAU RECORDS**

Adresse : Soldado de la Independencia 1458, 6º, (C1426BTV) Buenos Aires, Argentine

Téléphone : (54 11) 4780-2803

E-mail : [info@baurecords.com.ar](mailto:info@baurecords.com.ar)

Site web : [www.baurecords.com.ar](http://www.baurecords.com.ar)

Directeur Artistique : Fernando Tarrés

Distribution : S.U.R.

Répertoire : Jazz Moderne / Expérimental

Artistes : Fernando Tarrés / Ernesto Jodos

Catalogue : 23 titres

Date de création : 2001

■ **BLUE ART RECORDS**

Adresse : Paraguay 727. Piso 9. Oficina 8. Rosario Provincia de Santa Fe, Argentine

Téléphone : (54 341) 0341 411 7929

Fax : (54 341) 421- 5812

E-mail : [hvargas@blueart.com.ar](mailto:hvargas@blueart.com.ar)

Site web : [www.blueart.com.ar](http://www.blueart.com.ar)

Directeur Artistique : Horacio Vargas

Ventes : Horacio Vargas

Distribution : S.U.R.

Répertoire : Jazz

Artistes : Gerardo Gandini / Ernesto Jodos

Catalogue : 20 titres

Date de création : 2001

■ **CONTEMPORÁNEO ART MUSIC**

Adresse : Zabala 2696 (C1426DQX) Buenos Aires, Argentina

Téléphone : (54 11) 4781-1887

Site Web : [www.contemporaneomusic.com](http://www.contemporaneomusic.com)

Directeur Artistique : Pedro Menéndez

Répertoire : Tango / Folklore / Fusion

Artistes : Pedro Menéndez Ensemble / Pedro Menéndez Fusión / Ipanema / Zona Tango

Catalogue : 18 titres

■ **KM MUSIC**

**Adresse** : Av. Gral. Mosconi 1593, 2º, (B1752CYC) Lomas del Mirador, Province de Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4484-6952

**Fax** : (54 11) 4484-6952

**E-mail** : [kmmusic@produccion.net.ar](mailto:kmmusic@produccion.net.ar)

**Directeur Artistique** : Jorge Molina

**Ventes** : Jorge Collazo

**Distribution** : Terax S.A.

**Répertoire** : Tous les genres

**Catalogue** : 30 Artistes

**Date de création** : 2000

■ **MDR RECORDS**

**Adresse** : Av. Callao 964, 6ºD, (C1023AAP) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4815-8473

**E-mail** : [notorius@notorius.com.ar](mailto:notorius@notorius.com.ar)

**Directeur Artistique** : Rubén Bondoni

**Ventes** : Verónica Peter

**Distribution** : S.U.R.

**Répertoire** : Jazz classique / Jazz fusion

**Artistes** : Beto Caletti Trío / Livia Barbosa / Jorgelina Alemán / Trío Melero Míguez Iovino

**Date de création** : 2003

■ **RANDOM RECORDS SRL**

**Adresse** : Santa Fe 4870, Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4778-3344

**Fax** : (54 11) 4309-5181

**E-mail** : [info@randomrecords.com.ar](mailto:info@randomrecords.com.ar)

**Site Web** : [www.randomrecords.com.ar](http://www.randomrecords.com.ar)

**Directeur** : Victor Ponieman

**Mail** : [victorp@randomrecords.com.ar](mailto:victorp@randomrecords.com.ar)

**Ventes** : Eugenia Johnson

**Mail** : [ventas@randomrecords.com.ar](mailto:ventas@randomrecords.com.ar)

**Distribution** : Random

**Répertoire** : Tango / Rock - Pop Nationale / Musique brésilienne / Celte / Electro

**Artistes** : Ambar / Lina Avellaneda/ Gotan Project/ Maria Bethania

**Catalogue** : 200 titres

**Date de création** : 1989

■ **SURA MUSIC S.R.L.**

**Adresse** : Viamonte 1876, PB 4, (C1056ABB) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4816-8423

**Fax** : (54 11) 4816-8423

**E-mail** : [suramusic@speedy.com.ar](mailto:suramusic@speedy.com.ar)

**Site Web** : [www.suramusic.com.ar](http://www.suramusic.com.ar)

**Directeur Artistique** : Nicolás Falcoff

**Ventes** : Fernando Falcoff

**Distribution**: Marcelo Albala y Alejandro Trufelman

**Répertoire** : Tango / World Music / Jazz

**Artistes**: Arbolito / La Vuelta / Pampa Yacuza

**Date de création** : 2003

■ **POP/ROCK/ELECTRO** :

■ **AERODISCOS**

**Adresse** : Guatemala 5824, (C1425BVN) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4772-1389 / 4545-7580

**E-mail**: [contacto@aerodiscos.com.ar](mailto:contacto@aerodiscos.com.ar)

**Site Web**: [www.aerodiscos.com.ar](http://www.aerodiscos.com.ar)

**Directeur Artistique** : Ciro Cavalotti  
**Ventes** : Alfredo García  
**Distribution** : Aerodiscos  
**Répertoire** : Electro / Pop / Expérimental  
**Artistes** : Sonotipo / Alfredo García / Tripnik  
**Catalogue**: 11 titres  
**Date de création** : 2001

■ **ALERTA DISCOS**

**Adresse** : 11 de Septiembre 1221, (C1426BKK) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 4787-6608  
**Fax** : (54 11) 4787-6608  
**E-mail** : [management@alertadiscos.com](mailto:management@alertadiscos.com)  
**Site Web** : [www.alertadiscos.com](http://www.alertadiscos.com)  
**Directeur Artistique** : Zeta Bosio  
**Ventes** : Tomas Moreno  
**Distribution** : Tomas Moreno  
**Répertoire** : Electro/ Rock / Pop / Punk  
**Artistes** : Oisin / Charlie 3 / Los Sueños de Anderson / Bristol / Ana Volena  
**Catalogue** : 8 titres  
**Date de création** : 2002

■ **BABYLON SA - POP LATINO**

**Adresse** : Güemes 4418, piso 1ºA (C1425BLF) Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : 54) 11-4-774-2550  
**E-mail** : [babylonbox@ciudad.com.ar](mailto:babylonbox@ciudad.com.ar)  
**Site Web** : [www.babylonbox.com](http://www.babylonbox.com)  
**Directeur Artistique** : Jimmy Olszevivki  
**Répertoire** : Pop  
**Artistes** : TNN / Fabián Schutz / Pino Fumaio  
**Catalogue** : 280 titres  
ESTAMOS FELICES ( en attente INFO)  
**Responsable** : Martin Mercado  
**E-Mail** : [info@estamosfelices.com.ar](mailto:info@estamosfelices.com.ar)  
**Artistes** : Jackson Souvenirs/ Jaime Sin Tierra/ Siro Bercetche

■ **EXPLORADISCOS**

**Adresse** : Laprida 1011, (B1714FSU) Ituzaingó. Province de Buenos Aires, Argentine  
**Téléphone** : (54 11) 4621-3659  
**E-mail** : [exploradorazul@yahoo.com](mailto:exploradorazul@yahoo.com)  
**Site Web** : [www.exploradorazul.com.ar](http://www.exploradorazul.com.ar)  
**Directeur Artistique** : Hernan Doño  
**Ventes** : Leonardo Ghernetti  
**Distribution** : Hernan De Almeida  
**Répertoire** : Expérimental / Rock électro  
**Artistes** : Explorador Azul  
**Date de création** : 2001

■ **IGLOO**

**Responsable** : Franco Di Lorenzo  
**Adresse** : Juncal 824, Buenos Aires 1062, Argentine  
**E-mail**: [dilo@igloo-rec.com.ar](mailto:dilo@igloo-rec.com.ar) et booking [igloo-rec.com.ar](mailto:igloo-rec.com.ar)  
**Site Web** : [www.igloo-rec.com.ar](http://www.igloo-rec.com.ar)  
**Artistes** : Ampec Aka Fusion/ Dilo aka Elephant Pixel/ Miroche/ mekas/ Seph

■ **INDICE VIRGEN**

**Responsable** : Martin Crespo  
**Mail**: [martin@indicevirgen.com](mailto:martin@indicevirgen.com)  
**Site Web** : [www.indicevirgen.com](http://www.indicevirgen.com)  
**Répertoire** : Rock

**Artistes** : Entre Rios, Bristol, Leo Gracia

■ **ISOPO DISCOS**

**Adresse** : Pareja 4314, (C1429GVP) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4501-6546

**E-mail** : [info@isopodiscos.com](mailto:info@isopodiscos.com)

**Site Web** : [www.isopodiscos.com](http://www.isopodiscos.com)

**Directeur Artistique** : Gonzalo Mora

**Répertoire** : Rock / Pop Electro

**Artistes** : Adicta / Proyecto Vero na

**Date de création** : 1999

■ **LOS AÑOS LUZ**

**Adresse** : El Salvador 4834 3º dpto. "H", Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4832-4070

**E-mail** : [lal@laldiscos.com](mailto:lal@laldiscos.com)

**Site Web** : [www.laldiscos.com](http://www.laldiscos.com)

**Directeur Artistique** : Nani Monner Sans - Javier Tenenbaum

**Distribution** : Acqua records, Terax s.a , Ultrapop,

**Répertoire** : Axel Krygier, Kevin Johansen, Fernando Samalea

**Catalogue** : 21 titres

**Date de création** : 1999

■ **MASTERSONGS DISCOS**

**Adresse** : Gallo 911, (C1172ABS) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4867-2727

**Fax** : (54 11) 4553-5890

**E-mail** : [info@mastersongs.org](mailto:info@mastersongs.org)

**Site Web** : [www.mastersongs.org](http://www.mastersongs.org)

**Directrice Artistique** : Pedro Markowicz

**Ventes** : Alberto Pérez

**Répertoire** : Pop / Rock / New Age / Tango

**Artistes** : Industria Nacional / Pablo Ariel

**Catalogue** : 8 titres

**Date de création** : 2002

■ **MELOPEA DISCOS**

**Adresse** : Mariano Acha 3037, (C1430DVI) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4541-6156

**Fax** : (54 11) 4541-6156

**E-Mail** : [melopea@melopeadiscos.com.ar](mailto:melopea@melopeadiscos.com.ar) / [info@melopeadiscos.com.ar](mailto:info@melopeadiscos.com.ar) / [inebbia@melopeadiscos.com.ar](mailto:inebbia@melopeadiscos.com.ar)

**Site Web** : [www.melopeadiscos.com.ar](http://www.melopeadiscos.com.ar)

**Producteur et Directeur Musical** : Litto Nebbia

**Ventes** : Marcelo Vega / Alfredo Quinteros

**Répertoire** : Tango / Folklore / Jazz / Fusión

**Artistes** : Litto Nebbia / Adrian a Varela

**Catalogue** : +/- 350 titres

**Date de création** : 1989

■ **MY MELODIES**

**Adresse** : Ayacucho 563 4º D, (C1026AAD) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone** : (54 11) 4372-8752

**E-mail** : [info@mymelodies.com.ar](mailto:info@mymelodies.com.ar)

**Site Web** : [www.mymelodies.com.ar](http://www.mymelodies.com.ar)

**Directeur Artistique** : Gabriel Ferrito

**Ventes** : Gabriel Ferrito

**Distribution** : Gabriel Ferrito

**Répertoire** : Minimal pop / Minimal house / Minimal techno

**Artistes** : Tammy / Gurtz / Gustavo Lamas / Leandro Fresco / Marcelo Fabian / Vlisa

**Date de création** : 2003

#### ■ MUSIC BROKERS

**Adresse :** Vuelta De Obligado 1947, 7° D, (C1428ADC) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4783-2999

**E-mail :** [musicb@fibertel.com.ar](mailto:musicb@fibertel.com.ar)

**Site Web :** [www.mbsite.com](http://www.mbsite.com)

**Directeur Artistique :** Federico Scialabba

**Ventes :** Jorge Bertellotti

**Répertoire :** Electro

**Artistes :** Lalann / Orleya / Dual Sessions

**Catalogue :** 250 titres

**Date de création :** 1998

#### ■ NOSESO RECORDS

**Adresse :** Mariano Acosta 146, 3° B, (C1407KBD) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4636-1145

**E-mail :** [noseso@argentina.com.ar](mailto:noseso@argentina.com.ar) ou [pelela@gmx.net](mailto:pelela@gmx.net)

**Directeur Artistique :** Zelmar Garín

**Ventes :** Pablo Coronel

**Distribution :** Martín Terente

**Répertoire :** Experimental / Rock / Free

**Artistes :** Lucio Capece / Sergio Merce / Gerardo Velikovsky / Zelmar Garín / Hernán Vives / Pablo Coronel

#### ■ PELO MUSIC SA

**Adresse :** Ortíz de Ocampo 3050, loft 002 / (C1425DSS) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4806-1776 / 8879

**E-mail :** [marcela.sirota@pelomusic.com](mailto:marcela.sirota@pelomusic.com)

**Directeur Artistique :** Pelo Aprile

**Distribution :** EMI

**Répertoire :** Rock

**Artistes :** Divididos / Javier Calamaro / Callejeros

**Date de création :** 2003

#### ■ POP ART DISCOS/ ROCK & ROLL DISCOS

**Téléphone :** (54 11) 4775-9573

**E-mail :** [info@popartmusic.com](mailto:info@popartmusic.com)

**Web :** [www.popartmusic.com](http://www.popartmusic.com)

**Adresse :** Concepción Arenal 2978 Piso 4to H (C1414DGH) Buenos Aires.

**Président:** Roberto Costa

**Asistente :** Mariela Invernizzi

**Mail :** [Mariela@popartmusic.com](mailto:Mariela@popartmusic.com)

**Tél :** 4777-8090.

**Ventes :** Esteban Costa

**Distribution :** EMI

**Répertoire :** Rock / Pop

**Artistes :** 12 Monos / A -Tirador Laser

**Catalogue :** 76 titres

**Date de création :** 2000

#### ■ ULTRAPOP

**Adresse :** Av. Cordoba 1475, Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4816-2652

**E-mail :** [ultra@ultrapop.com.ar](mailto:ultra@ultrapop.com.ar)

**Site Web :** [www.ultrapop.com.ar](http://www.ultrapop.com.ar)

**Directeur Artistique :** Gustavo Kisinovsky Rudy

**Mail :** [gustavo@ultrapop.com.ar](mailto:gustavo@ultrapop.com.ar)

**Ventes :** Efraim Gurisatti

**Répertoire :** Pop / Rock / Electro / alternatif

**Artistes :** Fernandez Fierro/ Yira

**Catalogue:** 90 titres

**Date de création:** 1999

■ **RIGOR Records**

**Adresse :** Méndez de Andés 2355 (C1406FUS) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4611-3358

**E-mail :** [rigor@fibertel.com.ar](mailto:rigor@fibertel.com.ar)

**Site Web :** [www.elzoologico.com](http://www.elzoologico.com)

**Directeur Artistique :** Augusto Milharcic

**Ventes :** Augusto Milharcic

**Distribution:** Rigor Records / Pataya

**Répertoire :** Rock / World / Fusion

**Artistes :** Raptor / Los Adolfos / Giusti Funk Corp

■ **VACA RECORDS**

**Adresse :** Besares 1931, (C1429DIC) / Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4702-1343 / 15-5509-3414

**E-mail :** [mdsarobe@cima.com.ar](mailto:mdsarobe@cima.com.ar)

**Site Web :** [www.vacarecords.com.ar](http://www.vacarecords.com.ar)

**Directeur artistique :** AdiKonstantinovky

**Staff :** Andres Azicri / Adi Konstantinovky / Dolores Sarobe

**Répertoire :** Electro/ ethnique

**Artistes :** Laboratorio Wav

**Catalogue :** 21 titres

**Date de Création :** 2003

■ **ZENSIBLE**

**Adresse :** Juncal 824, (C1026ABF) Buenos Aires, Argentine

**Téléphone :** (54 11) 4393-1152

**E-mail :** [dilo@fibertel.com.ar](mailto:dilo@fibertel.com.ar) ou [brunix23@hotmail.com](mailto:brunix23@hotmail.com)

**Site Web :** [www.zensible.com.ar](http://www.zensible.com.ar)

**Directeurs Artistiques :** Franco Di Lorenzo et Bruno De Vincenti

**Répertoire :** Post Rock / Hip Hop / Clicks and Cuts / Electro

**Artistes :** Dilo / Ivan Johnson /Elephant Pixel

**Date de création :** 2003

Ce dossier sur les Industries Musicales en Argentine a été réalisé par le Service de Coopération et d'Action Culturelle de l'Ambassade de France en Argentine.

Contact : M. Mathieu Fournet

Attaché Audiovisuel Régional  
Ambassade de France en Argentine  
Mail : [mathieu.fournet@emb-fr.int.ar](mailto:mathieu.fournet@emb-fr.int.ar)

Contact : M. Alain Maudet

Assitant de l'Attaché Audiovisuel Régional  
Ambassade de France en Argentine  
Mail : [cinemateca@emb-fr.int.ar](mailto:cinemateca@emb-fr.int.ar)

Réalisation : Laurence Barnier  
Mail : [Audiovisual@emb-fr.int.fr](mailto:Audiovisual@emb-fr.int.fr)

***Service de Coopération et d'Action Culturelle de l'Ambassade de France en Argentine***

Basavilbaso 1253, C1006AAA Buenos Aires, Argentine  
Tél : (+5411) 4515-2800 Fax : (+5411) 4515-2824  
Site internet : [www.emb-fr.int.ar](http://www.emb-fr.int.ar)