

Let's Sync

een onderzoek naar synchronisatierechten

door Stijn Van der Borcht

Let's Sync

een onderzoek naar synchronisatierechten

door Stijn Van der Borcht

Woord vooraf

Het uitvoeren van mijn onderzoek naar synchronisatierechten is niet altijd even eenvoudig geweest. Ik heb een lange weg afgelegd vol uitdagingen en vragen waarvoor ik steeds op zoek moest naar een antwoord. Met veel inzet, begeleiding en steun heb ik mijn onderzoek tot een goed einde kunnen brengen.

Ik wil graag enkele mensen bedanken bij het realiseren van mijn onderzoek. Mijn eerste dankwoord gaat uit naar de personen die mij te woord wilden staan: Filip Van Moerkercke, Hilke Ros, Thomas De Mot, Marc van der Haas, Joël Cleuren, Arjan Bosheck en Stijn Debontridder. Ik wil hen graag bedanken voor het verstrekken van nuttige en interessante informatie.

Vervolgens wil ik SABAM, meer bepaald Marina Meulemans, bedanken voor steeds een antwoord te geven op mijn vragen en bepaalde materie te verduidelijken.

Mijn dank gaat verder ook uit naar PXL-Music en mijn begeleider Frédéric Busscher om mij de kans te geven om dit onderzoek te doen en mijzelf te specialiseren in dit veld.

Tot slot nog een speciaal woord van dank aan mijn ouders, familie, mijn vriendin en vrienden om mij te steunen en te motiveren gedurende deze periode.

Inleiding

Mijn onderzoek naar synchronisatierechten is opgebouwd uit twee delen. Enerzijds is er een theoretisch luik waarin alle informatie terug te vinden is. Anderzijds wordt er toegelicht hoe het er in de praktijk aan toe gaat. Dit gebeurt aan de hand van voorbeelden uit de Belgische muziekindustrie.

De informatie voor mijn onderzoek bekwam ik door middel van een literatuurstudie aangevuld met de afgenomen interviews. Ik belicht ook het standpunt van de verschillende betrokken partijen bij synchronisaties, namelijk de artiest, de publisher en de manager.

Het synchronisatierecht is het recht dat de auteur/componist, of iemand die hem vertegenwoordigt, heeft om toelating te geven om zijn muziekwerk te gebruiken in een audiovisuele productie. Synchronisaties zijn mogelijk in films, series, commercials en videogames.

Uit de literatuurstudie blijkt dat vier soorten muziek voor synchronisaties in aanmerking komen: originele muziek, reeds bestaande muziek, rechtenvrije muziek en illustratiemuziek. De tarieven voor illustratiemuziek zijn vastgelegd door SABAM in samenspraak met de uitgevers. Terwijl de tarieven voor de andere soorten muziek onderhandelbaar zijn. De opbrengsten verschillen naargelang de soort muziek, om welke audiovisuele productie het gaat en op welke media de productie te zien zal zijn. Er zijn verschillende actoren bij een synchronisatiedeal betrokken. Deze worden opgesomd en besproken in het onderzoek. Ook wordt er besproken hoe de samenwerking tussen een auteur/componist en een uitgever verloopt en waarop de auteur/componist moet letten bij een uitgavecontract. Ditzelfde wordt ook toegelicht wanneer een producent rechtstreeks met een auteur/componist contact opneemt voor een origineel muziekwerk.

In mijn tweede deel haal ik voorbeelden van synchronisatiedeals aan uit de Belgische muziekwereld. Verder geef ik naast de blik van Belgische managers en artiesten ook de blik van Belgische en Nederlandse uitgevers op synchronisatiedeals weer.

Hierdoor bekom ik een onderzoek dat zowel theorie bevat, maar daarnaast ook toont hoe het in de praktijk in zijn werk gaat.

Ik koos voor dit onderwerp omdat het een versmelting is van twee interesses, namelijk muziek en audiovisuele producties. Synchronisatierechten zijn een interessant aspect binnen de muziekindustrie en bovendien een alternatieve bron van inkomsten. Mijn kennis hiervan was vrij beperkt en wilde ik uitbreiden door middel van dit onderzoek. Dit onderzoek is het begin van een latere carrière waarin synchronisaties centraal staan.

Inhoudsopgave

Woord vooraf.....	3
Inleiding.....	4
Inhoudsopgave.....	6
1. Synchronisatierechten.....	9
2. Soorten.....	10
3. Tarieven.....	13
3.1 <i>Tarieven originele muziek.....</i>	<i>13</i>
3.2 <i>Tarieven bestaande muziek.....</i>	<i>13</i>
3.3 <i>Tarieven illustratiemuziek.....</i>	<i>14</i>
3.3.1 Bioscoop.....	14
3.3.2 Televisie.....	15
3.3.3 Film – Video – Amateurs.....	16
3.3.4 Institutioneel gebruik van video's, DVD's en CD-ROM's.....	16
3.3.5 Radioprogramma's – geluidsproducties.....	17
3.3.6 Online.....	18
3.3.7 DVD's van bestaande TV-programma's.....	18
3.3.8 Karaoke.....	19
4. Opbrengsten.....	20
5. Duplicatierechten.....	21
5.1 <i>Kopieën van DVD's bestemd voor verkoop of verhuur aan het publiek voor privégebruik met repertoire van SABAM.....</i>	<i>21</i>
5.2 <i>Kopieën van bedrijfsfilms, onderwijsfilms en promofilms.....</i>	<i>21</i>
5.3 <i>Muziekdvd's.....</i>	<i>22</i>
5.4 <i>Embedded content.....</i>	<i>22</i>
6. Naburige rechten.....	23
7. Uitvoeringsrechten.....	23
8. Actoren.....	24
8.1 <i>Artiest – auteur – componist.....</i>	<i>24</i>
8.2 <i>Uitgever.....</i>	<i>24</i>
8.3 <i>Label.....</i>	<i>24</i>
8.4 <i>Management.....</i>	<i>25</i>
8.5 <i>Music supervisor.....</i>	<i>25</i>

8.6	<i>Vertegenwoordigers van illustratiemuziek</i>	25
8.7	<i>Producenten</i>	25
9.	Samenwerken met een uitgever	26
9.1	<i>Voorwerp van het contract</i>	26
9.2	<i>Territorium</i>	28
9.3	<i>Exploitatieduur</i>	28
9.4	<i>Verplichtingen van de auteur/componist</i>	28
9.4.1	<i>Leveren</i>	28
9.4.2	<i>Garantie & vrijwaring</i>	29
9.5	<i>Verplichtingen van de uitgever</i>	29
9.5.1	<i>Exploiteren</i>	29
9.5.2	<i>Administratie</i>	29
9.6	<i>Vergoedingen</i>	30
9.6.1	<i>Verdeling van de rechten</i>	30
9.6.2	<i>Voorschot</i>	31
9.6.3	<i>Afrekening</i>	31
9.7	<i>Opties</i>	31
9.8	<i>De verbreking van het contract</i>	32
9.9	<i>Overdracht van het contract</i>	32
10.	Contract tussen producent en auteur/componist voor originele muziek	35
10.1	<i>Artikel 1: voorwerp van de overeenkomst</i>	35
10.2	<i>Artikel 2: omschrijving van het werk</i>	35
10.3	<i>Artikel 3: leveringsprocedure en betaling</i>	35
10.4	<i>Artikel 4: omvang van de toestemming</i>	36
10.5	<i>Artikel 5: voorbehoud</i>	36
10.6	<i>Artikel 6: vergoedingen voor de audiovisuele exploitatierechten</i>	36
10.7	<i>Artikel 7: moreel recht</i>	37
10.8	<i>Artikel 8: prestaties van de producent</i>	38
10.9	<i>Artikel 9: verbrekingsclausule</i>	38
10.10	<i>Artikel 10: bescherming van de rechten en garantie</i>	39
10.11	<i>Artikel 11: duur van de licentie</i>	39
10.12	<i>Artikel 12: territoriale reikwijdte van de licentie</i>	39
10.13	<i>Artikel 13: aangifte en bewaring</i>	39

10.14 Artikel 14: overdraagbaarheid van de verleende rechten	39
10.15 Artikel 15: toepasselijk recht en bevoegde rechtbank	40
11. Voorbeelden uit de Belgische muziekindustrie	41
11.1 Arsenal.....	41
11.2 Amatorski.....	41
11.3 Get Off My Shoes	42
11.4 Hooverphonic	44
12. De blik van Belgische managers en artiesten op synchronisatiedeals	45
13. De blik van publishers op de Belgische markt.....	47
13.1 Strictly Confidential.....	47
13.2 Sony/ATV Music Publishing	50
13.3 Stock Music Production Music Library.....	54
Besluit	57
Bronvermelding	59
Bijlagen.....	61

1. Synchronisatierechten

Het synchronisatierecht is het recht dat de auteur/componist of iemand die hem vertegenwoordigt heeft om toelating te geven om zijn muziekwerk te gebruiken in een context waarvoor het niet oorspronkelijk bedoeld was. [1]

Bijvoorbeeld:

- in fictie- en bioscoopfilms vertoond in zalen of via de televisie;
- in documentaire bioscoopfilms vertoond in zalen of via de televisie;
- in alle producten gemaakt met een commercieel, promotioneel en/of publicitair karakter;
- in producties zonder commerciële aard;
- in publicitaire boodschappen via internet, radio en televisie. [2]

Concreet wordt er geluid samengevoegd met beeld om een extra dimensie te creëren. De muziek ondersteunt het beeld en daarvoor moeten er synchronisatierechten betaald worden. In het meest eenvoudige scenario zijn er twee rechthebbenden, namelijk de maker van het werk en de maker van de opname. [1]

Enkel en alleen de auteur/componist van een literair of artistiek werk heeft het recht om op welke wijze of in welke vorm dan ook zijn werk te reproduceren of te laten reproduceren. Dit is principe 1 van de wet van 1994, de basis van het reproductierecht. Het is dus vastgesteld in een Belgische wet erkend door internationale conventies. Het geeft de auteur het exclusieve recht om reproducties toe te laten. Dit geldt tot 70 jaar na het overlijden van de langst levende auteur, daarna wordt het werk publiek domein. [2]
[3]

2. Soorten

Vier soorten muziek komen in aanmerking om synchronisatierechten te werven: originele muziekwerken, reeds bestaande muziek, rechtenvrije muziek en illustratiemuziek (ook library- of stock music genoemd). [3, 4]

Bij een origineel werk zal de producent, de persoon die de muziek wil gebruiken, aan een muzikant vragen om voor zijn productie een origineel muziekwerk te componeren. Dit is volgens een principe van een bestelling. Bijgevolg wordt de muzikant rechtstreeks vergoed voor de diensten die hij levert. De rechten op dit werk blijven echter wel eigendom van de auteur/componist. [2]

Bij reeds bestaande muziek ligt dit helemaal anders. In dit geval wil de producent een eerder opgenomen muziekstuk, of een deel hiervan, gebruiken. Wanneer de componist is aangesloten bij SABAM moet de producent vooraf toestemming vragen aan SABAM. Deze aanvraag bevat op zijn minst volgende zaken:

- titel(s) van de muziekwerken;
- namen van de componisten;
- gebruik van de muziek;
- herkomst van de opname;
- naam van de film, serie, videogame of commercial;
- aard van de film, serie, videogame of commercial en de voorziene exploitatievoorwaarden;
- in het geval van publicitaire spots moeten de exploitatievoorwaarden gepreciseerd worden;
- in het geval van langspeelfilms: evaluatie van het budget, naam van de regisseur, naam van de scenarist, naam van de hoofdacteur, synopsis, scènebeschrijving wanneer de muziek gebruikt zal worden en genre van de film. [2]

SABAM is niet bevoegd om iemand in eender welk geval automatisch toestemming te geven om een bepaald muziekwerk te gebruiken. Dit zou tegenstrijdig zijn met de morele rechten van de scheppende kunstenaar. De scheppende kunstenaar, de auteur/componist, is dan ook de enige die het gebruik van zijn nummer kan weigeren of financiële voorwaarden bepaalt voor het gebruik van zijn werk. De financiële

voorwaarden worden bepaald door de rechthebbenden: de auteur, de componist en eventueel de uitgever(s). [2]

Een producent kan ook muziek gebruiken onder Creative Commons License. Hierbij hebben de makers van de muziek afstand gedaan van hun rechten en mag hun muziek onder bepaalde voorwaarden gebruikt worden. Concreet gaat het hier dus om rechtenvrije muziek. Bij interesse voor deze nummers kan men terecht op volgende websites:

- <http://creativecommons.org/about/licenses>,
- www.electrobel.be,
- www.tribeofnoise.com,
- www.mikseri.net/essence,
- www.jamendo.com/en/creativecommons. [4]

Verder is er ook nog muziek die behoort tot het publiek domein. Dit zijn werken waarvan de langstlevende auteur/componist meer dan 70 jaar geleden overleden is. Deze muziek mag vrij gebruikt worden. Belangrijk om te weten hierbij is dat er wel nog steeds rechten verschuldigd zijn aan de uitvoerders. Dit zijn naburige rechten, geen synchronisatierechten.

Tot slot is er ook nog illustratiemuziek. Dit is muziek die speciaal wordt gemaakt om te fungeren bij een audiovisuele onderneming. Deze muziek wordt verspreid door een aantal uitgevers vertegenwoordigd door SABAM:

- Adasong Productions,
- G7 Music srl.,
- Music & Images,
- Encore Merci,
- De Wolfe Music/Hebra Records/UpperMood,
- Stock Music International,
- Lesage Magda,
- Selected Sound,
- Tele Music,
- Colour Sound,

- Sforzando.

Een producent hoeft voor illustratiemuziek geen toestemming meer te vragen aan de rechthebbenden. Dat versnelt het proces. Er moet enkel vooraf toestemming gevraagd worden bij SABAM als de producent een bepaald werk wil gebruiken. [5]

3. Tarieven

3.1 Tarieven originele muziek

In het geval van originele muziekwerken wordt er tussen de verschillende partijen een financiële vergoeding (flat fee en/of percentage) afgesproken voor het gebruik van het muziekwerk. [2] [6,7]

3.2 Tarieven bestaande muziek

Voor bestaande muziek wordt er eveneens een financiële vergoeding (flat fee en/of percentage) tussen de verschillende partijen afgesproken. Voor deze vergoeding spelen volgende factoren mee:

- bekendheid van de song;
- bekendheid van de artiest;
- bekendheid van het merk waarvoor de song gebruikt zal worden (hoe bekender het merk, hoe duurder de prijs);
- aantal territoria waarin het te zien en horen zal zijn;
- welke en hoeveel media (televisie, radio, internet,...);
- tijdsduur van de productie;
- tijdsduur van het nummer;
- begin- of eindgeneriek. [6]

Opmerking:

Voor zowel de originele als bestaande muziek wordt er steeds onderhandeld met de auteur/componist, zijn vertegenwoordiger of SABAM. Hierbij is er echter één uitzondering wat betreft bestaande muziek en dat is wanneer er DVD's van bestaande TV-programma's worden gereproduceerd. In dit geval moeten er synchronisatierechten betaald worden volgens onderstaande tarieven (exclusief BTW): [2]

In de begingeneriek (per aflevering)	In de eindgeneriek (per aflevering)	Tussenin
€250	€250	€100

Indien de begin- en eindgeneriek hetzelfde nummer is, dient er toch tweemaal €250 betaald te worden. €100 voor een nummer tussenin is een tarief voor de gehele track, ongeacht de duurtijd. [2]

3.3 Tarieven illustratiemuziek

De tarieven voor illustratiemuziek¹ zijn vastgelegd door SABAM in overleg met de uitgevers. Ze gelden voor:

- video, film, radio, audio programma's, multimediatproducties voor exploitatie binnen de Europese Unie. Per bijkomend land wordt dit tarief verhoogd met 33%. Voor een wereldwijde exploitatie wordt het tarief verhoogd met 200%.
- radiospots, televisiespots en bioscoopspots voor exploitatie binnen België. [2]

Al deze tarieven zijn zonder BTW. De BTW hiervoor is 6%.

Er moet geen extra aanvraag meer ingediend worden bij de platenproducent. Onderstaande tarieven zijn inclusief de rechten van de platenproducent. Deze tarieven gelden voor het gebruik van muziek in audiovisuele producties en dienen eenmalig betaald te worden bij de productie. [2]

3.3.1 Bioscoop

Onderstaande tarieven zijn opgesteld per muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel hiervan. Deze tarieven zijn exclusief BTW. [2] [8]

Publicitaire spots (per jaar)	Lokale publiciteit (per jaar)	Commerciële films	Niet-commerciële films
€170	€85	€46	€17
Billboards ² (per jaar)			
€57	€28		

¹ Zie bijlage 1

² Billboards zijn enerzijds korte spots buiten de publiciteitsblokken die gebruikt worden om sponsors van een productie te vermelden. Anderzijds zijn het ook spots van maximaal 10 seconden zonder bewegend beeld.

3.3.2 Televisie

Onder televisie worden de traditionele netten (zoals Eén, VTM, Canvas, RTBF,...) verstaan.

Deze tarieven zijn exclusief BTW en zijn opgesteld per muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel hiervan. [2] [8]

Publicitaire spots	Promotie spots	Kort- of langspeelfilms, documentaires, feuilletons, TV-reeksen
€570	€253	€72
Billboards		
€190	€85	

Voor publicitaire spots, promotie spots en billboards zijn de tarieven geldig voor één zender. Per extra zender dient er een supplement van 20% betaald te worden bovenop het vooropgestelde tarief. [2] [8]

Voor regionale netten gelden er aangepaste tarieven. Deze gelden ook per muziekwerk, per 30 seconden of een deel hiervan. De tarieven zijn exclusief BTW. [2] [8]

Publicitaire spots	Promotie spots	Kort- of langspeelfilms, documentaires, feuilletons, TV-reeksen
€85	€46	€17
Billboards		
€39	€20	

De tarieven voor regionale netten (zoals Ring TV, TVL,...) zijn vastgesteld voor één zender in het geval van publicitaire spots, promotie spots en billboards. Per extra zender betaalt men een surplus van 20% bovenop het basistarief. [2] [8]

Bij doelgroep televisie (zoals Vijf, Vitaya,...) geldt 50% van het tarief “nationale publiciteit”. Het tarief is dus vastgesteld op €285 (50% van €570). Dit tarief geldt per

muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel hiervan. Opnieuw is dit tarief voor één zender en dient er per bijkomende zender 20% meer betaald te worden. [2] [8]

3.3.3 Film – Video – Amateurs

SABAM heeft met elke vereniging van amateurcineasten afzonderlijk een overeenkomst afgesloten. Met volgende verenigingen werd een overeenkomst afgesloten:

- Centrum voor Beeldexpressie (CvB),
- Fédération des Cinéastes Vidéastes Francophones de Belgique (FCVFB),
- Diaporama Club België (DCB),
- Leuvense Filmgroep,
- Vlaams Amateur Cineasten vzw (VAC),
- Video Wall asbl,
- Fédération de Cercles Photographiques asbl (FCP). [2]

3.3.4 Institutioneel gebruik van video's, DVD's en CD-ROM's

Onderstaande tarieven zijn exclusief BTW en gelden per muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel van deze 30 seconden.

Hierin zijn ook de duplicatierechten voor kopieën tot en met 50 exemplaren inbegrepen. [2] [8]

Producties met een promotioneel karakter gericht op een extern, vrij toegankelijk publiek	Producties voor vorming of informatie gericht naar een bepaalde sector (intern voor bedrijf, school,...)
€48	€29
Supplement van 20% indien de productie ook op een website zal worden geplaatst.	

Het is belangrijk om te weten dat wanneer er enkel werken uit de catalogus van één producent worden gebruikt de vergoeding degressief zal berekend worden. Dit gebeurt als volgt:

- Per fractie van 30 seconden: tot 5 minuten;
- Per fractie van 1 minuut: vanaf de 5^{de} tot de 10^{de} minuut;
- Per fractie van 2 minuten: vanaf de 10^{de} tot de 20^{ste} minuut;

- Per fractie van 4 minuten: vanaf de 20^{ste} minuut. [2] [8]

Er zijn ook tarieven “low cost”. Om hiervoor in aanmerking te komen mag het budget niet meer dan €10 000 bedragen. Dit tarief kan enkel bekomen worden na een grondige evaluatie van de productiekosten door SABAM. Daarom moet een kopie van de productiekosten meegestuurd worden met de aanvraag naar SABAM.

Dit tarief kan enkel worden toegewezen indien het is aangevraagd voor de realisatie van de productie. [2] [8]

Totale duur van de muziek in verhouding tot de totale duur van de audiovisuele productie	Percentage op het productiebudget dat in aanmerking wordt genomen om de vergoeding te betalen	Minimum vergoeding
90-100%	10%	€150
80-90%	9%	€135
70-80%	8%	€120
60-70%	7%	€105
50-60%	6%	€90
10-50%	5% (minimum)	€75

Als de “low cost” productie ook op een website wordt geplaatst, komt er een supplement van 20% bij dit tarief. [2] [8]

3.3.5 Radioprogramma's – geluidsproducties

Ook in het geval van radio zijn de tarieven exclusief BTW en geldt het per muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel hiervan. [2] [8]

Normaal programma	Nationale publiciteit	Regionale publiciteit	Lokale publiciteit	Promotie
€14	€290 - per jaar	€92 - per jaar	€23 (maximum 2 radio's)	€117 - per jaar

	- per regie		€46 (3 tot 7 radio's)	- per regie
	- per bijkomende regie: + 20%		- per jaar	

De tarieven voor audio zijn opnieuw exclusief BTW. De producent betaalt per muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel hiervan. Onderstaande tarieven moeten per jaar betaald worden. [2] [8]

Interne vorming	Promo – extern gebruik	Publicitair
€21	€35	€130

3.3.6 Online

Ook voor online zijn de tarieven exclusief BTW en gelden ze per muziekwerk, per fractie van 30 seconden of een deel van deze 30 seconden. [2] [8]

“Gewoon gebruik” als achtergrondmuziek	Gebruik voor “publicitaire” doeleinden (spotje)
€55	€270

Deze tarieven zijn echter niet geldig voor een publieke uitvoering. Hiervoor moet een bijkomende toelating (voor het publiek uitvoeringsrecht) aangevraagd worden. [2] [8]

3.3.7 DVD's van bestaande TV-programma's

Voor het gebruik van muziek in reeds bestaande televisieprogramma's die worden uitgegeven op DVD moeten er ook synchronisatierechten betaald worden. [2] [8]

Illustratiemuziek
€48

In dit geval is het een vast tarief voor één track, ongeacht de duurtijd en het gebruik van het nummer. Dit wil zeggen dat zowel voor de begin- als eindgeneriek als gebruik van het nummer tussenin er €48 moet betaald worden. [2] [8]

3.3.8 Karaoke

Karaoke bestaat meestal uit drie delen. Ten eerste spreken we over de audio: de instrumentale versie van een nummer. Ten tweede hebben we te maken met video: de beelden die de sfeer van het nummer oproepen of de videoclip. Ten derde is er nog de grafische reproductie van de tekst op het scherm.

Een producent moet in het geval van karaoke twee toelatingen aanvragen, namelijk het synchronisatierecht voor de beelden en het grafische reproductierecht voor de tekst. [2]

Naast de vergoedingen voor bovenstaande toelatingen moet er ook nog voor het duplicatierecht betaald worden per geëxploiteerd exemplaar. Dit duplicatierecht bedraagt 8% op de kleinhandelprijs van de DVD. [2]

4. Opbrengsten

Bestaande muziek levert meer op voor de artiest dan het schrijven van een nieuw nummer voor een product. [6,7]

Het meeste geld valt te verdienen als de muziek te horen is in een commercial of in een trailer van een langspeelfilm. Een trailer wordt namelijk beschouwd als commercial voor de film.

Op de tweede plaats in opbrengsten staat muziek in een film of een serie, maar ook hier is er nog een onderverdeling. De muziek in de begin- en eindgeneriek levert meer op dan een nummer in de film zelf.

Muziek in videogames levert het minste geld op. Binnen de gamewereld wordt er weinig geld gespendeerd aan muziek. Dit komt deels door het grotere volume aan muziek in een videogame. Bij een oplage van 5 000 000 videogames is een flat fee van €3000 à €4000 veel. [6,7]

In het geval van commercials is er ook nog een onderscheid tussen de verschillende media. Het meeste geld wordt verdiend wanneer de commercial te zien is op televisie. Bij een commercial op de radio wordt minder verdiend. Het minst aan opbrengsten wordt bekomen bij een commercial via het internet. Uiteraard levert een combinatie van de verschillende media waarop de commercial te zien is nog meer op. De verschillen tussen televisie, radio en internet ebben wel langzaam weg en worden ze stilaan gelijkgetrokken qua opbrengsten. [6,7]

Bij een trailer zijn er ook twee mogelijkheden:

- in context: Er komt toevallig een scène in de trailer waar het nummer in te horen is.
- out context: De muziek is te horen onder de gehele trailer.

“Out context” levert meer op voor de artiest dan “in context”. [7]

In het geval van illustratiemuziek houdt de auteur/componist een deel van de tarieven over na aftrek van het deel voor SABAM en het deel van de vertegenwoordigers van de illustratiemuziek. [9]

5. Duplicatierechten

De rechten op kopieën van een cinematografische film voor het verspreiden van die film in filmzalen zijn inbegrepen in de synchronisatierechten. Dit wil dus zeggen dat er geen bijkomende duplicatierechten betaald moeten worden. [2]

In het geval van videogrammen ligt het anders. Die toestemming tot duplicatie kan pas gegeven worden nadat de rechthebbenden geraadpleegd zijn en hun toestemming ervoor geven. De later vermelde tarieven zijn dus slechts onder voorbehoud. [2]

5.1 Kopieën van DVD's bestemd voor verkoop of verhuur aan het publiek voor privégebruik met repertoire van SABAM

Als de film muziek bevat die behoort tot het repertoire van SABAM dan moet er een vergoeding betaald worden van 3,5% van de groothandelprijs. Dit wordt berekend op basis van de muziekduur ten opzichte van de totale duur van de betreffende film. Er is wel een minimumvergoeding van €0,11 per exemplaar. [2]

Indien SABAM niet enkel de muziek, maar ook de realisatie en het scenario van de film beheert dan wordt het percentage verhoogd van 3,5% naar 6,1% van de groothandelprijs. Ook in dit geval is een minimumvergoeding voorzien en die bedraagt €0,19. [2]

5.2 Kopieën van bedrijfsfilms, onderwijsfilms en promofilms

Onderstaande vergoedingen gelden voor kopieën van bedrijfsfilms, onderwijsfilms en promofilms. [2]

Muziek	Vergoeding per exemplaar
Muziekduur tot	
4'	€0,10
8'	€0,20
16'	€0,30
30'	€0,45
60'	€0,62

90'	€0,80
120'	€1

5.3 Muziekdvd's

Het percentage van de vergoeding voor muziekdvd's bedraagt 8% van de kleinhandelprijs. [2]

5.4 Embedded content

Met embedded content bedoelt men het reproduceren van muziek op niet klassieke dragers. Enkele voorbeelden hiervan zijn reproducties op gsm, smartphone, tablet,... [2]

Het tarief voor embedded content is afhankelijk van de inhoud en is bedoeld voor industriële oplages. [2]

Inhoud	Vergoeding werk per exemplaar
Muzikaal	€0,036
Niet-muzikaal	€0,025 (-10% per schijf van 100 000 exemplaren)

Belangrijk om te weten is dat voor beide bovenstaande tarieven een minimumvergoeding van €250 is vastgesteld. [2]

6. Naburige rechten

Muziek kan overgenomen worden van vinyl of cd. In dat geval is er naast toestemming voor het synchronisatierecht en duplicatierecht ook toestemming nodig van de platenfirma. Deze toestemming is nodig voor het gebruik van de opnames van de gewenste muziek en van de betrokken uitvoerende artiest. [2]

7. Uitvoeringsrechten

De auteur/componist is de enige die toestemming kan geven om zijn werk te laten horen via radio, televisie, internet, enzovoort. Dit wordt het (publiek) uitvoeringsrecht of openbaar mededelingsrecht genoemd. [10]

Elke keer wanneer een nummer te horen is via eender welk medium moet dat medium uitvoeringsrechten betalen aan de auteur/componist. Dit gebeurt via een beheersvennootschap indien de auteur/componist daar bij aangesloten is. [10]

Uitvoeringsrechten moeten elke keer betaald worden in tegenstelling tot synchronisatierechten die eenmalig moeten betaald worden. [10]

8. Actoren

Bij een synchronisatie­deal zijn verschillende actoren betrokken.

8.1 Artiest – auteur – componist

De artiest kan de auteur en componist van een nummer zijn, maar dit kunnen ook twee of meer aparte personen zijn. Iedereen die mee het nummer gecreëerd heeft, bezit rechten op het nummer. Rechtstreeks verdienen de auteur en de componist steeds geld via synchronisatierechten.

De uitvoerende artiest, die niet heeft meegewerkt aan de creatie van het nummer, verdient onrechtstreeks geld via uitvoerende rechten. Een uitvoerende artiest kan niet met een nummer naar een uitgever stappen of synchronisatierechten krijgen.

De auteur en componist of zijn vertegenwoordiger moeten steeds toestemming geven voor het gebruik van de muziek, tenzij de muziek is opgegeven als illustratiemuziek.

8.2 Uitgever

De uitgever vertegenwoordigt zijn catalogus en probeert zoveel mogelijk synchronisatie­deals voor nummers te bekomen. De uitgever mag dit enkel doen wanneer er een uitgavecontract is tussen de verschillende betrokken partijen. Bij een synchronisatie­deal beraadslaagt de uitgever steeds met zijn cliënt, tenzij dit anders aangegeven is in het contract. In ruil voor zijn geleverde werk krijgt de uitgever een percentage van de inkomsten.

8.3 Label

Het label is vaak masterowner van de opnames die gebruikt worden voor synchronisatie. Daarom moet ook het label toestemming geven voor het gebruik van de opnames.

Het gebeurt ook dat een nummer opnieuw wordt opgenomen op kosten van de producent. In dat geval wordt de producent eigenaar van de opname. In dit geval wordt het label buitenspel gezet.

8.4 Management

De auteur/componist wordt in sommige gevallen vertegenwoordigd door een manager. De manager bezit geen rechten, maar adviseert wel of de synchronisatie deal een goede zet is of niet. Hij stippelt samen met de andere partijen (voornamelijk de uitgever) de strategie uit voor de synchronisatie deal.

De manager onderhandelt ook mee het uitgavecontract met de uitgever.

8.5 Music supervisor

Een music supervisor wordt ingehuurd door de producent, diegene die een nummer wil gebruiken. Een music supervisor werkt onafhankelijk en gaat op zoek naar de juiste muziek voor het juiste project. [7] [11]

Music supervisors zijn in België vrijwel onbestaande door het gebrek aan budget hiervoor. Iemand van het creatieve team van de producent neemt de job van music supervisor dan op zich. [7]

8.6 Vertegenwoordigers van illustratiemuziek

Deze bedrijven zijn in het bezit van catalogi die opgebouwd zijn uit illustratiemuziek. Producenten kunnen deze muziek rechtstreeks downloaden en gebruiken voor hun producties. [9]

De vertegenwoordigers van illustratie muziek gaan op zoek naar klanten die nummers uit hun catalogi willen gebruiken. Hiervoor ontvangen zij een percentage van de opbrengst. Dit staat vastgelegd in het uitgavecontract met de auteur/componist. [9]

8.7 Producenten

De producent gaat op zoek naar de geschikte muziek voor zijn film, serie, commercial of videogame. Hij wil nummers die een meerwaarde bieden en de beelden versterken. Hiervoor doet hij beroep op een uitgever, music supervisor of vertegenwoordiger van illustratiemuziek of hij neemt rechtstreeks contact op met de artiest.

9. Samenwerken met een uitgever

Als een artiest zijn muziek ten volle wil exploiteren, kan het zeker en vast nuttig zijn om in zee te gaan met een publisher of uitgever. Deze samenwerking kan tot stand komen via één van de volgende manieren:

- titelcontract,
- exclusiviteitscontract,
- fondsovereenkomst,
- co-uitgave,
- sub-uitgave,
- ... [12]

Een standaard uitgavecontract wordt hieronder besproken, aangevuld met tips en valkuilen die als auteur/componist vermeden kunnen worden.

9.1 Voorwerp van het contract

Het voorwerp, zoals opgenomen in het uitgavecontract, is de overdracht van de auteursrechten van de auteur/componist aan de desbetreffende vertegenwoordiger, meer bepaald de uitgever, zodat die laatste de muziek mag exploiteren. [12]

Het is belangrijk voor de auteur/componist dat er in detail wordt opgesomd welke exploitatierechten precies worden overgedragen en in welke mate deze worden overgedragen aan de uitgever.

Het gaat concreet om volgende zaken:

- het grafische en mechanische reproductierecht: Het grafische reproductierecht heeft betrekking op onder andere het artwork en het gebruik van het logo van de auteur/componist. Mechanische rechten daarentegen dienen betaald te worden telkens beschermde muziek gereproduceerd wordt op een fysieke of digitale drager. Dit gebeurt door de persoon of instelling (label of auteur/componist) die de opname heeft gefinancierd. Bij een fysieke drager wordt het mechanische reproductierecht betaald bij de persing. Bij een digitale drager wordt dit pas betaald bij de verkoop.
- het distributie-, verhuur- en uitleenrecht;
- het recht om een werk openbaar te maken (fysiek of digitaal);

- het synchronisatierecht: Hierbij moet de auteur/componist opletten of er in het uitgavecontract vermeld staat dat de uitgever al dan niet nog toestemming moet vragen aan de desbetreffende auteur/componist. Dit is belangrijk voor een auteur/componist opdat hij kan controleren waarvoor zijn muziek gebruikt zal worden. Dit is van belang voor het imago van de artiest, want anders kan hij misschien in een slecht daglicht komen te staan indien een synchronisatie deal niet strookt met zijn ideologie of imago.
- het recht om een werk te wijzigen of te laten wijzigen door een derde: Dit kan nodig zijn als muziek gebruikt wordt in films of commercials. Dit is dus een belangrijke zaak inzake synchronisatierechten. Hierbij is het belangrijk om te bepalen wie de rechten op adaptaties bezit.
- het recht van de uitgever om eventueel zijn rechten geheel of een deel hiervan over te dragen aan een tweede uitgever: Dit gebeurt in het geval van een co- of subuitgave. Dit kan voorkomen wanneer muziek gebruikt wordt in het buitenland omdat een andere uitgever daar meer kennis heeft van de markt. De auteur/componist moet in dit geval opletten van wie zijn deel (het deel van de auteur/componist of de uitgever) de tweede uitgever geld zal krijgen.
- het recht om de inkomsten die voortvloeien uit exploitatie te ontvangen en dus ook te verdelen: Dit is vooral van toepassing wanneer deze inning niet gebeurt door een beheersvennootschap.
- het recht om de titel van een werk, de afbeelding van een werk en de naam van de auteur/componist te gebruiken voor promotie en publicatie: Dit gaat over promotie en publicatie die betrekking hebben tot het werk van de auteur/componist.
- het recht dat de uitgever kan ingrijpen indien er inbreuken zijn gebeurd op de overgedragen auteursrechten: In dit geval kan de uitgever ingrijpen waar nodig in het voordeel van de auteur/componist. [12]

Belangrijk om te weten is dat het hier gaat om de overdracht van auteursrechten. Een auteur of componist kan in geen enkel geval gevraagd of verplicht worden om zijn morele rechten over te dragen aan eender welke uitgever. [12]

9.2 Territorium

In dit puntje wordt bepaald voor welk territorium de overdracht geldig is. Dit kan één land, enkele landen of de gehele wereld omvatten. De artiest kan beslissen om in elk land een andere uitgever te zoeken om zo een beter resultaat te bekomen.

Tegenwoordig is het zelfs gangbaar dat er het universum als territorium wordt opgegeven. Dit wordt gedaan omwille van de technologische evolutie binnen de muziekindustrie. [12]

9.3 Exploitatieduur

De exploitatieduur heeft betrekking tot de duur van het contract. Dit is altijd een vaste duur, maar deze kan naargelang het contract variëren van één jaar tot meerdere jaren. De uitgever kan vragen om een overdracht van de gehele beschermingsperiode van de auteursrechten, wat geldt tot 70 jaar na de dood van de langstlevende auteur/componist. [12]

Enkele voorbeelden van een exploitatieduur:

- een vaste duur,
- indien de platenfirma ook de uitgever is, kan er een overdracht zijn met de duur overeenkomstig met de duur van de tijdelijke licentie met de platenfirma. [12]

Bovendien kan er een bepaling in het contract staan dat de auteur/componist de rechten op het werk terugkrijgt indien het werk gedurende een bepaalde periode, die staat vastgesteld in het contract, geen inkomsten genereert. Op deze manier heeft de auteur/componist een stok achter de deur en zet hij de uitgever onder druk om effectief moeite te doen om voor hem inkomsten te genereren. [12]

9.4 Verplichtingen van de auteur/componist

9.4.1 Leveren

De auteur/componist is niet enkel verplicht om zijn intellectuele eigendom, namelijk de auteursrechten, te bezorgen aan de uitgever. Hij is ook verplicht om materiële voorwerpen aan te leveren in de vorm van partituren of opnames. [12]

9.4.2 Garantie & vrijwaring

In dit onderdeel van het contract verzekert de auteur/componist dat het werk dat hij zal afleveren van zijn hand is. Dit wordt contractueel vastgelegd. Hierbij garandeert de auteur/componist de uitgever dat het om originele werken gaat.

In het uitgavecontract wordt ook opgenomen dat de auteur/componist zijn rechten niet aan een andere uitgever en/of platenfirma gaat overdragen of al heeft overgedragen in het verleden. [12]

9.5 Verplichtingen van de uitgever

9.5.1 Exploiteren

Niet enkel de auteur/componist heeft verplichtingen ten opzichte van de uitgever, andersom is dit ook het geval. De uitgever verplicht er zich toe om de verkregen werken effectief te exploiteren. [12]

Juridisch kan deze verplichting op twee manieren worden vastgelegd in het contract:

- inspanningsverbintenis: Dit wil zeggen dat de uitgever zich ertoe verbindt om inspanningen te leveren om het overgedragen werk te exploiteren.,
- resultaatsverbintenis: Hiermee wordt in het contract een bepaald resultaat vastgelegd dat de uitgever moet behalen. Dit gaat van een commerciële release tot het exploiteren van het werk.

In de meeste gevallen wordt een inspanningsverbintenis opgenomen in het contract. Dit is gebruikelijk omdat het moeilijk is om op voorhand een effectief resultaat vast te stellen. Belangrijk hierbij is dat in het contract wordt opgenomen wat de consequenties zijn indien er niet voldaan wordt aan de verbintenis. [12]

9.5.2 Administratie

De uitgever beheert het aangiftedossier bij SABAM. Wanneer het werk geëxploiteerd wordt in het buitenland kunnen er extra formaliteiten optreden. Dit is ook de verantwoordelijkheid van de uitgever. [12]

Daarnaast moet de uitgever de rechten beheren in de meest ruime zin:

- De uitgever volgt het dossier op bij de beheersvennootschappen. Dit is zowel geldig voor het binnen- als buitenland.

- De uitgever zorgt er voor dat de speellijsten worden aangegeven bij de beheersvennootschappen.
- De uitgever controleert of de inning en verdeling van de rechten op een correcte manier gebeurt. Wanneer dit niet het geval is, moet hij hier tegen optreden. Indien er geen beheersvennootschap is, zorgt de uitgever zelf voor de inning van de rechten en de verdeling hiervan.
- De uitgever zorgt voor gedetailleerde afrekeningen van de inning en verdeling van de rechten. [12]

Tot slot onderhandelt de uitgever met andere partijen over de exploitatie van het werk. Dit doet hij in samenspraak met de auteur/componist tenzij dit anders opgenomen is in het contract. De uitgever verbindt er zich ook toe om de andere partijen op te volgen. [12]

9.6 Vergoedingen

9.6.1 Verdeling van de rechten

In het contract is de verdeling van de opbrengsten afkomstig uit de exploitatie van het werk vastgelegd. [12]

De verdeling van de opbrengsten kan op twee manieren gebeuren:

- met tussenkomst van SABAM,
- rechtstreeks tussen de auteur/componist en de uitgever. [12]

In veel gevallen worden de verdeelsleutels van SABAM gebruikt voor de verdeling van de opbrengsten, maar het kan zeker anders gebeuren. In dat geval stort de uitgever een bepaald percentage van het uitgeversaandeel door aan de auteur/componist. Deze winstverdeling wordt een kick-back genoemd. [12]

Het kan dat de vergoeding van de auteur/componist onderworpen zal zijn aan een sliding scale. Dit wil zeggen dat de vergoeding zal variëren naargelang de inkomsten. Hoe meer inkomsten het werk oplevert, hoe groter het aandeel opbrengsten voor de auteur/componist zal zijn. Hoe minder inkomsten, hoe kleiner het aandeel voor de auteur/componist zal zijn. [12]

9.6.2 Voorschot

Het is gebruikelijk dat de uitgever een voorschot betaalt aan de auteur/componist. Dit is een voorschot op de nog te ontvangen inkomsten. Dit wil zeggen dat dit voorschot recupereerbaar is. Het wordt dus afgetrokken van de toekomstige inkomsten van de auteur/componist. De auteur/componist moet in dit geval opletten dat het voorschot enkel recupereerbaar is en niet terugvorderbaar. [12]

Een voorschot gaat vaak hand in hand met een zogenaamde akte van cessie. Dit is een verklaring die ondertekend wordt door de auteur/componist en gericht wordt aan SABAM. Bij een akte van cessie wordt aan SABAM opgedragen om een bepaald deel van de opbrengsten rechtstreeks door te storten aan de uitgever. Dit gebeurt tot het voorschot is terugbetaald (gerecupereerd). [12]

Voor de auteur/componist is het belangrijk om duidelijk in het uitgavecontract op te nemen op welke inkomsten dit betrekking heeft. Het is niet de bedoeling dat de uitgever een deel van de inkomsten krijgt afkomstig uit zaken waartoe hij geen betrekking heeft. [12]

9.6.3 Afrekening

De auteur/componist krijgt een afrekening van SABAM, maar de uitgever is nog steeds verplicht om ten minste één maal per jaar een gedetailleerd overzicht van alle opbrengsten te geven aan de auteur/componist. Dit overzicht is nodig voor de inkomsten die ontvangen zijn via exploitatie, maar niet geïnd werden door SABAM. Aan de hand van dit overzicht kan de auteur/componist het geleverde werk van de uitgever controleren. [12]

9.7 Opties

Het contract kan een optie bevatten, waarbij de uitgever de rechten kan verkrijgen op toekomstige werken van de auteur/componist.

Als auteur/componist is het dus noodzakelijk te omschrijven wat de gevraagde opties precies bevatten. [12]

Dit kan zijn:

- Heeft de optie betrekking op alle werken die de auteur/componist zal maken? Dit kan belangrijk zijn wanneer de auteur/componist actief is in verschillende bands of wanneer hij een nieuwe band opricht.
- Is dit optierecht in tijd beperkt?
- Zijn aan de opties dezelfde voorwaarden verbonden? Of is er een mogelijkheid om hierover opnieuw te onderhandelen? Dit kan belangrijk zijn wanneer de auteur/componist zijn populariteit enorm gestegen is. [12]

9.8 De verbreking van het contract

De verbreking van het uitgavecontract kan zowel van de kant van de artiest als van de kant van de uitgever komen. Dit is vooral van toepassing wanneer één van de partijen zijn verplichtingen niet nakomt en zijn taak dus slecht of niet uitvoert. Als dit voorkomt, is het mogelijk voor de benadeelde partij om een verbreking van het contract aan te vragen. Daarbij is het ook mogelijk om een schadevergoeding te claimen. [12]

De benadeelde partij moet eerst de tegenpartij op zijn tekortkomingen wijzen (in gebreke stellen). Hierna krijgt de tegenpartij een beperkte, vastgestelde periode de tijd om toch nog te voldoen aan zijn verplichtingen. Wanneer de tekortschietende partij dan nog steeds niet zijn verplichtingen kan voldoen, dan pas kan het contract effectief verbroken worden. [12]

9.9 Overdracht van het contract

Het is niet mogelijk voor de uitgever om het contract over te dragen zonder de uitdrukkelijk toestemming van de auteur/componist. Een uitzondering hierop is wanneer een bedrijf geheel of gedeeltelijk wordt overgedragen als gevolg van de verkoop van die firma of een faillissement. [12]

In geval van een faillissement, een gerechtelijk akkoord of een invereffeningstelling kan de auteur/componist normaal gezien met onmiddellijke ingang van zaken de overeenkomst opzeggen. Dit dient te gebeuren via een aangetekende brief (met ontvangstbewijs) geadresseerd aan de uitgever. [12]

Kortom kan besloten worden dat uitgavecontracten vaak een vast stramien volgen. Als auteur/componist is het belangrijk om de concrete voorwaarden goed na te lezen of zich hierin te laten bijstaan door een manager of advocaat. Deze voorwaarden kunnen sterk wisselen naargelang de auteur/componist, afhankelijk van zijn onderhandelingspositie. [12]

Tot slot volgt een opsomming van termen die een auteur/componist kan tegenkomen in zo'n uitgavecontract en die belangrijk zijn als hij de onderhandelingen zelf zal voeren.

Deze termen zijn:

- adaptor: Dit is iemand die instaat voor het bewerken van de tekst van een muziekwerk.
- administratiecontract: Dit is een samenwerking tussen een auteur/componist en een uitgever, waarbij de uitgever enkel en alleen bevoegd is om de rechten van de nummers administratief te beheren. Hiervoor krijgt hij een percentage van de geïnde auteursrechten, wat kan variëren van 10 tot 15%.
- arrangeur/bewerker: Dit is iemand die instaat voor het bewerken van het muzikale gedeelte van een song.
- catalogoog: Dit is het geheel van titels van nummers, waarvan de uitgever de rechten controleert.
- co-uitgave: Dit is een samenwerking tussen twee uitgevers. In dit geval werken ze samen voor een gezamenlijk werk of catalogus voor een bepaalde duur. Bij zo'n samenwerking is er een duidelijke taakverdeling en verdeling van de inkomsten.
- fondscontract: Bij een fondscontract is er nog steeds een samenwerking tussen de auteur/componist en de uitgever, maar wordt er voor de auteur/componist een apart fonds opgericht binnen de uitgeverij. In dit fonds worden de opbrengsten samen beheerd.
- ISWC-code: Dit staat voor International Standard musical Work Code. Dit is een unieke code die wordt toegewezen aan elk werk dat is aangegeven. Dit laat toe om het werk (en bij uitbreiding de schepper) te kennen en te volgen. Sinds juli 2004 heeft elk werk dat is aangegeven bij SABAM zo'n code.
- kick-back: Dit is het winstaandeel van de auteur/componist op het uitgeversaandeel.
- Optie contractdemo: Dit wil zeggen dat een bepaalde uitgever tijdelijk een exclusieve optie heeft om de auteur/componist een uitgavecontract aan te bieden. Het

ondertekenen van een uitgavecontract is vaak verbonden met een bepaald feit of resultaat (bijvoorbeeld het vinden van een platenfirma). De uitgever investeert daarom in een demo-opname om dit resultaat makkelijker te kunnen realiseren en om dus de interesse aan te wakkeren.

- rolling advance: Dit is een speciaal systeem voor de betalingen van voorschotten. De auteur/componist krijgt in dit geval een voorschot en wanneer dit voorschot is afbetaald aan de uitgever (recuperatie voorschot) krijgt de auteur/componist automatisch een nieuw 'voorschot' betaalt van de uitgever.
- songwriterdeal/exclusiviteitscontract: Dit is een samenwerking, waarbij de auteur/componist alle werken voor een bepaalde tijd, zoals opgenomen in het contract, onder brengt in de uitgeverij. Dit soort samenwerking gaat vaak gepaard met een aanzienlijk voorschot. Hoe bekender de auteur/componist, hoe groter het voorschot. In dat geval is het voorschot vaak niet recupereerbaar en spreken we van een signing fee in plaats van een voorschot.
- sub-uitgave: Dat is een samenwerking tussen twee uitgevers, waarvan de tweede uitgever vaak in het buitenland is gevestigd. Deze buitenlandse uitgever vervult de taken voor zijn territorium. De tweede uitgever krijgt hierbij een deel van de rechten voor zijn werk.
- uitgavecontract/titelcontract: In dit contract worden de auteursrechten van een auteur/componist overgedragen aan een uitgever. Dit kan gaan over de auteursrechten op één of meerdere werken.
- publiek domein: Werken die niet meer beschermd zijn door het auteursrecht behoren tot het publiek domein. Nummers bekomen pas publiek domein wanneer de langstlevende auteur/componist langer dan 70 jaar overleden is. [12]

10. Contract tussen producent en auteur/componist voor originele muziek

In sommige gevallen contacteert een producent de auteur/componist rechtstreeks voor het maken van een origineel muziekwerk voor zijn audiovisuele productie.

Een standaard contract³ voor deze regeling is terug te vinden op de website van SABAM. Het contract bevat volgende artikelen. [13]

10.1 Artikel 1: voorwerp van de overeenkomst

In dit artikel wordt vermeld welke originele compositie de auteur/componist zal leveren voor de audiovisuele productie (beschreven in artikel 2). Hierin wordt ook de titel en de totale duur van het werk opgenomen. [13]

10.2 Artikel 2: omschrijving van het werk

De audiovisuele productie wordt beschreven op basis van volgende factoren:

- titel,
- aard (langspeelfilm, kortfilm,...),
- scenarist,
- regisseur,
- auteur dialogen en/of commentaren,
- grafisch ontwerper,
- auteur vooraf bestaand werk + titel vooraf bestaand werk,
- duur,
- oorspronkelijke bestemming (bioscoop, tv,...),
- drager,
- productiebudget. [13]

10.3 Artikel 3: leveringsprocedure en betaling

In dit artikel wordt vastgelegd binnen welke termijn de auteur/componist een eerste en een definitieve versie van het nummer zal overhandigen aan de producent. Bovendien wordt ook vastgelegd op welke drager de auteur/componist dit moet doen. [13]

³ Zie bijlage 2

In artikel 3 wordt vermeld welk bedrag de auteur/componist zal ontvangen voor zijn geleverde werk en op welke manier dit zal gebeuren (een deel bij de ondertekening van het contract en een deel bij afgifte van het definitieve nummer). [13]

Wanneer de producent zijn betalingsverplichtingen niet nakomt, heeft dit gevolgen. Deze gevolgen voor de producent zijn eveneens opgenomen in dit artikel. [13]

10.4 Artikel 4: omvang van de toestemming

De auteur/componist geeft de volgende audiovisuele exploitatierechten in een exclusieve licentie aan de producent:

- reproductie (reproductierecht),
- publieke vertoning (openbaar mededelingsrecht), uitzending en doorgifte,
- secundair gebruik. [13]

Wat deze rechten allemaal omvatten, staat uitgelegd in het standaardcontract van SABAM. [13]

10.5 Artikel 5: voorbehoud

De producent mag enkel exploiteren op de manieren zoals opgenomen in artikel 4. Elke andere vorm van exploitatie is exclusief voorbehouden aan de auteur/componist. [13]

De auteur/componist of de producent mogen het nummer (zoals beschreven in artikel 1) niet geheel of gedeeltelijk exploiteren in het kader van een andere audiovisuele productie (zoals beschreven in artikel 2) zonder de toestemming van de andere partij. [13]

De auteur/componist behoudt wel steeds het recht om het nummer te exploiteren, te reproduceren en publiek mee te delen. [13]

10.6 Artikel 6: vergoedingen voor de audiovisuele exploitatierechten

Als de auteur/componist is aangesloten bij SABAM, dan verplicht de producent zich om de verplichtingen ten opzichte van SABAM nauwgezet te volgen. De producent komt met

de gebruikers van het audiovisuele werk (verdelers, videoproducenten,...) overeen dat de auteursrechten van de auteur/componist geregeld zullen worden via SABAM.

In dit artikel van het contract is er ook een vermelding van het percentage op de inkomsten die de producent ontvangt dankzij de exploitatie. Dit is het geval wanneer SABAM geen inningen doet voor bepaalde exploitaties of in bepaalde landen.

De exploitatierekeningen moeten jaarlijks, op 31 december, worden vastgesteld. Binnen de maand na de vaststelling worden de exploitatierekeningen verzonden naar de auteur/componist vergezeld van de sommen en opbrengsten die voortkomen uit de vermelde percentages. [13]

Wanneer de producent zijn betalingsverplichtingen niet nakomt, heeft dit gevolgen. Deze gevolgen voor de producent zijn opgenomen in dit artikel van het contract. [13]

De auteur/componist heeft ook het recht om de boekhouding van de producent in te kijken. Wel moet hij hiervoor eerst een schriftelijk verzoek indienen, wat wordt ingewilligd binnen de 10 dagen. De eventuele bijkomende verschuldigde bedragen moeten binnen de maand na controle door de producent betaald worden aan de auteur/componist. [13]

Voor de deelname aan beurzen, markten, festivals en wedstrijden ontvangt de auteur/componist geen afzonderlijke vergoeding voor de exploitatiewijze.

De eventuele prijzen voor het nummer komen wel integraal en rechtstreeks toe aan de auteur/componist. De prijzen die aan de audiovisuele productie worden gegeven, worden verdeeld zoals opgenomen in dit artikel van het contract. [13]

10.7 Artikel 7: moreel recht

De morele rechten zijn exclusief voorbehouden aan de auteur/componist en kunnen aan niemand overgedragen worden. De producent is verplicht om de naam van de auteur/componist in de generiek en de promotie van de audiovisuele productie duidelijk te vermelden. Indien gewenst kan de auteur/componist zich laten vermelden onder een pseudoniem. [13]

De producent mag geen enkele wijziging doorvoeren aan het nummer zonder toestemming van de auteur/componist. De auteur/componist mag zijn recht op eerbied voor de audiovisuele productie niet gebruiken om gebruikelijke praktijken te dwarsbomen (bijvoorbeeld onderbreking reclameboodschappen). [13]

10.8 Artikel 8: prestaties van de producent

De producent zal het nummer gebruiken zoals afgesproken in de overeenkomst met daarbij extra aandacht voor de exploitatie en het beheer van de auteursrechten.

De producent verplicht er zich toe om de auteur/componist op de hoogte te houden in verband met de exploitatie van de audiovisuele productie. Bijvoorbeeld wanneer er duplicaties zijn.

Bovendien bezorgt de producent de auteur/componist een jaarlijkse lijst waarin staat in welke zalen en op welke data de audiovisuele productie te zien was, aangevuld met de zenders/stations en data waarop het uitgezonden werd. [13]

10.9 Artikel 9: verbrekingsclausule

Het contract kan verbroken worden door de auteur/componist als de producent zich niet houdt aan één of meerdere van de afgesproken verplichtingen. Dan kan hij het contract via aangetekend schrijven laten ontbinden, maar de producent heeft wel nog 30 dagen de tijd om toch aan zijn verplichtingen te voldoen. Wanneer de producent dan nog steeds niet zijn afspraken is nagekomen, heeft hij niet langer het recht om het nummer te exploiteren. De auteur/componist mag het reeds verkregen geld houden en mag nog een resterend bedrag opeisen. [13]

Als de auteur/componist de termijnen niet respecteert (zoals opgenomen in artikel 3), dan heeft de producent het recht om via een aangetekend schrijven het contract te laten ontbinden, maar ook de auteur/componist heeft nog 30 dagen de tijd om aan zijn verplichtingen te voldoen. Indien de auteur/componist hierin faalt, moet hij de reeds verkregen vergoeding terugbetalen aan de producent. De producent heeft echter niet het recht om de compositie af te werken of door iemand anders te laten afwerken en dan dat werk te exploiteren. [13]

10.10 Artikel 10: bescherming van de rechten en garantie

De auteur/componist verklaart in dit artikel aan de producent dat het werk wel degelijk origineel is en van zijn hand. Indien dit anders blijkt, treft de producent geen schuld.

De auteur/componist verklaart dat de producent kan beschikken over het nummer. De producent en de auteur/componist zullen elkaar melden wanneer er inbreuk is: bij namaak en niet toegelaten exploitatie. [13]

10.11 Artikel 11: duur van de licentie

Er wordt in artikel 11 opgenomen voor welke periode het contract van toepassing is. Dit verschilt echter van contract tot contract. Een contract gaat in vanaf de dag van de ondertekening.

Als de audiovisuele productie niet gerealiseerd wordt binnen x-aantal jaar na ondertekening van het contract, dan vervalt het contract. Op dat moment krijgt de auteur/componist opnieuw alle rechten terug die opgenomen waren in het contract. De auteur/componist mag de reeds betaalde vergoedingen behouden en de verschuldigde bedragen zijn nog steeds opeisbaar bij de producent. [13]

10.12 Artikel 12: territoriale reikwijdte van de licentie

De exclusieve licentie is wereldwijd. [13]

10.13 Artikel 13: aangifte en bewaring

De auteur/componist moet zijn werk zelf aangeven bij SABAM, maar de producent moet SABAM wel een lijst bezorgen van de muziekwerken die gebruikt zullen worden in de audiovisuele productie met vermelding van de duurtijd van het nummer. [13]

De producent moet de originelen, ook van het ongebruikte geluids- en beeldmateriaal, bewaren. De auteur/componist heeft het recht om deze originelen op te vragen en te bekijken. [13]

10.14 Artikel 14: overdraagbaarheid van de verleende rechten

De producent mag de exclusieve licentie overdragen aan derden. In dat geval moet de overnemer nog steeds voldoen aan de opgestelde verplichtingen. De originele producent staat wel borg voor de nakoming van deze verplichtingen. [13]

Als een overdracht gebeurt, moet de producent dit op voorhand melden aan de auteur/componist via een aangetekend schrijven met ontvangstmelding. Binnen de 30 dagen na de overdracht ontvangt de auteur/componist een afschrift van de overdrachtsovereenkomst. [13]

10.15 Artikel 15: toepasselijk recht en bevoegde rechtbank

Het contract is onderworpen aan het Belgische recht. In artikel 15 wordt ook de burgerlijke rechtbank vernoemd in geval van betwistingen. [13]

Het contract wordt steeds opgemaakt in twee exemplaren en elke partij moet verklaren dat ze er één ontvangen hebben. Tot slot volgt de plaats en datum van ondertekening. [13]

11. Voorbeelden uit de Belgische muziekindustrie

11.1 Arsenal

Filip Van Moerkercke, eigenaar van Payout!, kwam in aanraking met synchronisatie-deals als manager van de Belgische band Arsenal. Het nummer 'A Volta' was in 2005 te horen in de slotaflevering van de HBO-reeks Six Feet Under.

Op dat moment had Arsenal een platencontract met een Amerikaans label en via deze weg bracht de band een vinyl uit met onder andere remixen van hun eigen nummers. De release daarvan werd bijgestaan door een lokaal promotieteam dat er voor zorgde dat de muziek bij de juiste mensen terechtkwam.

De nummers van de plaat opgepikt door de Amerikaanse radiostations, waaronder KCRW, één van de grootste radiostations van Los Angeles. Hierdoor kwam Arsenal in contact met een music supervisor die er voor zorgde dat het nummer in handen kwam van HBO. [11]

In het geval van Arsenal kwam HBO met de specifieke vraag voor het nummer 'A Volta'. Dit wil zeggen dat de band zelf geen artistieke inspraak had inzake de keuze van het nummer.

Volgens Filip Van Moerkercke was er van een echte strategie geen sprake. Arsenal kreeg in ruil voor het nummer een vergoeding in de vorm van een flat fee. De manager en de band zeiden toe omdat voor een beginnende band alle promotie welkom is. Het was echter nooit de bedoeling om via de synchronisatie-deal een doorbraak in Amerika te forceren of op basis hiervan een Amerikaanse toer te bekomen. [11]

Opvallend in dit verhaal is dat er geen samenwerking was met een Amerikaanse of Belgische publisher. De producent nam in dit geval rechtstreeks contact op met de manager van Arsenal. [11]

11.2 Amatorski

'Come Home' was te horen in de commercial van Spa Reine. Hilke Ros was ten tijde van deze synchronisatie-deal de vaste bassiste en manager van de Belgische band Amatorski.

Het was Jaco Van Dormael (Mr. Nobody, Toto Le Héros), de regisseur van de commercial, die contact opnam met de band. Dit gebeurde rechtstreeks, aangezien Amatorski op dat moment nog geen publisher had. [14]

Één van de redenen dat Amatorski toehapte voor deze synchronisatie deal was Jaco Van Dormael zelf, want met een dergelijke regisseur waren ze gegarandeerd van een kwalitatief product. Daarnaast is Spa Reine een onbesproken merk, waarmee het imago van de band niet geschaad kon worden. [14]

In dit geval vroeg de regisseur specifiek naar het nummer 'Come Home'. Het nummer verwierf op dat moment bekendheid in België en daarom werd er ook naar dat nummer gevraagd. Amatorski had niet de bedoeling om een breder publiek aan te spreken, want dat deden ze op dat moment al. De synchronisatie deal kwam wel op een uitgelezen moment omdat de band net bezig was met het uitbouwen van een eerste, echte liveset. De vergoeding voor het nummer, in de vorm van een flat fee, werd gebruikt om te investeren in in-ears. [14]

De Spa Reine reclamespot had als voordeel dat Amatorski meer bekendheid kreeg in Nederland. Mede hierdoor kreeg de band de kans om live te spelen in Nederland. [14]

Hilke Ros vond het opvallend dat niet iedereen meteen de link legde tussen het nummer en de band. Amatorski kreeg dan ook vaak de vraag of het nummer 'Come Home' een cover was omdat mensen het alleen kenden via de Spa Reine commercial. [14]

11.3 Get Off My Shoes

Stijn Debontridder is enerzijds de gitarist van de Belgische band Get Off My Shoes en anderzijds is hij A&R manager bij Universal Music Belgium. Met Get Off My Shoes verzorgde Stijn de soundtrack voor The Meatlove Burger van McDonald's.

Get Off My Shoes staat op het roster van het Belgische label Evil Penguin Records dat ook de band zijn publishing verzorgt. McDonald's kwam op een atypische manier bij de band terecht. Evil Penguin Records kreeg een aantal pitches van TBWA, de vertegenwoordiger van McDonald's, binnen. Aan de hand van die pitches stelde het label Get Off My Shoes voor en kon de band de synchronisatie deal binnenhalen. [15]

In dit geval kreeg de band wel degelijk creatieve inspraak. De beelden voor de McDonald's commercial waren al gemaakt, waardoor Get Off My Shoes kon mee beslissen of ze een nieuw nummer zouden componeren of een bestaand nummer zouden aanbieden. Uiteindelijk werd het een tussenweg. De band nam een bestaand nummer opnieuw op, maar dan wel in een herwerkte versie. [15]

Get Off My Shoes kreeg naast een flat fee voor het nummer ook de kosten van de heropname terugbetaald. [15]

Get Off My Shoes had verschillende redenen om toe te zeggen voor deze commercial:

- De band had serieuze kosten gemaakt, aangezien ze net uit de studio kwamen voor de opname van hun album.
- Er stond een mooie geldsom tegenover.
- De band was maar voor enkele weken verbonden met McDonald's.
- Via de commercial kon Get Off My Shoes een groter publiek aanspreken. [15]

Toch was het voor Stijn persoonlijk geen evidente keuze omdat hij ook actief is in een harder genre. Daar worden synchronisatiedeals niet altijd getolereerd en zeker niet als het gaat om een keten als McDonald's. [15]

Uiteindelijk loonde de synchronisatiedeal wel, want de band merkte dat ze meer Facebook likes genereerden sinds de commercial en het bijhorende optreden in de McDonald's in Leuven.

Een ander voordeel was dat de band McDonald's amper vermeld heeft, terwijl McDonald's de band wel veel heeft vermeld. [15]

Ondanks dat Stijn zich gewapend had tegen kritiek heeft hij toch geen nadelen ondervonden aan de samenwerking met McDonald's. Dit is voornamelijk te wijten aan het genre dat Get Off My Shoes brengt, want de muziek is immers commercieel genoeg zodat fans begrijpen waarom de band dit deed. [15]

11.4 Hooverphonic

De publishing van Alex Callier, en bijgevolg dus ook Hooverphonic, wordt al jaren verzorgd door Marc van der Haas, momenteel werkende bij Sony/ATV Music Publishing.

Hooverphonic was zowel te horen in commercials (Danone, Cacharel, Jaguar,...), films (Charlie's Angels, I Know What You Did Last Summer, Stealing Beauty,...) als series (Entourage, Baywatch, Sex And The City,...). [16]

Hooverphonic is volgens Marc van der Haas dan ook, zeker naar Belgische normen, buiten categorie. Bij Hooverphonic is het dan ook niet de vraag of er synchronisaties gaan zijn, maar eerder welke er zullen komen. [7]

Voor dit soort artiesten hoeft een publisher weinig moeite te doen, want de aanvragen stromen gewoon binnen. Hierbij is het enkel een kwestie van de juiste keuzes te maken en één bepaald nummer ook niet te veel te laten gebruiken. Hoewel de aanvragen vanzelf komen, moet een publisher de nummers toch blijven promoten om ze onder de aandacht te brengen. [7]

12. De blik van Belgische managers en artiesten op synchronisatie-deals

België is een kleine markt als het gaat over synchronisaties. Volgens Filip Van Moerkercke is het makkelijker om een synchronisatie-deal te bekomen in grote steden zoals Londen, New York of Parijs. In deze steden zijn meer grote bedrijven (zowel van de muziek- als filmwereld) gevestigd, waardoor het makkelijker is om met de juiste mensen een band op te bouwen en te onderhouden. [11]

Omdat de Belgische markt zo klein is, is er ook geen sprake van music supervisors. Alles gebeurt hier veel vaker rechtstreeks met een band of eventueel via zijn publisher of management. In België is het meestal de regisseur zelf of iemand uit het creatieve team die op zoek gaat naar de gepaste muziek voor hun productie.

Wanneer een auteur/componist goede muziek maakt, zal die vaker gevraagd voor een synchronisatie-deal. En nog beter lukt het als men de juiste muziek maakt op het juiste moment. [14]

Bijvoorbeeld Universal Music Belgium heeft zelf geen publishing-afdeling voor de Belgische markt, waardoor zij er enkel op een indirecte manier geld aan verdienen. Toch houden A&R's zeker rekening met het potentieel tot synchronisaties. [15]

Hilke Ros is van mening dat voor de Belgische markt een publisher niet nodig is om een synchronisatie-deal te komen. Productiehuizen spreken vaak rechtstreeks de auteur/componist aan.

Als een auteur/componist in dat geval een publisher zou hebben, zou die ook een deel van de opbrengsten krijgen, terwijl die de deal niet geregeld heeft. Ten tijden van 'Come Home' had Amatorski geen uitgever. Na die deal besloten ze wel een uitgever in te schakelen, maar dat was geen voordeel voor hen. Er kwamen echter weinig inkomsten dankzij hun uitgever, terwijl ze wel een deel van de opbrengsten uit live optredens moesten afstaan.

Op internationaal vlak is een publisher dan wel weer onmisbaar omdat een auteur/componist daar geen contacten heeft en een uitgever wel deuren kan openen. Hilke benadrukt het belang van netwerken omdat het volgens haar het best werkt om veel in contact te komen met mensen uit de creatieve sector. [14]

Volgens Filip Van Moerkercke was de release op vinyl cruciaal in het synchronisatieverhaal van Arsenal. Een andere belangrijke factor was dat het om elektronische dansmuziek ging. De Amerikaanse bevolking is immers niet geïnteresseerd in de nationaliteit van een artiest achter een dance track, terwijl dat in het pop- en rockgenre anders ligt. [11]

Het is belangrijk bij een release dat die gepaard gaat met de hulp van een goed promoteam. Zonder (goede) promotie komt de muziek niet in de juiste handen terecht en kunnen de nummers niet ontdekt worden. Mocht diezelfde release van Arsenal vandaag hebben plaatsgevonden, zou het anders gelopen kunnen hebben. Nu is het evidentier om een bepaald nummer terug te vinden en te beluisteren (iTunes, Soundcloud, Spotify, Shazam,...). [11]

Volgens Stijn Debontridder⁴ is het zeker en vast belangrijk om op te letten hoe ver een auteur/componist gaat inzake synchronisatie-deals. Bijvoorbeeld McDonald's was in het geval van Get Off My Shoes al een grijze zone. Daarom moet er altijd opgelet worden dat een synchronisatie nog strookt met het imago dat de auteur/componist wil uitstralen. In het geval van een film, serie of videogame ligt dit anders. Zolang de auteur/componist dan een breder publiek aanspreekt, is het in orde. [15]

⁴ Zie bijlage 5

13. De blik van publishers op de Belgische markt

13.1 Strictly Confidential

Thomas De Mot is head of sync bij Strictly Confidential, een independent publisher in België. Door de jaren heen bouwde Strictly Confidential een catalogus op van zo'n 50 000 originele titels. Verder fungeren ze ook als subpublisher voor onder andere La Petite Reine, Wixen Music, enzovoort. [17]

Zoals eerder vermeld, is de Belgische markt enorm klein als het gaat om synchronisatierechten. Daarom is dit ook niet de eerste markt waar Strictly Confidential zich op focust. De pijlen worden vooral gericht op het internationale verhaal.

Dat België een kleine markt is, heeft zeker en vast te maken met het feit dat er maar weinig producten zijn die hun hoofdkwartier in België hebben en zich bijgevolg dus niet enkel en alleen op België richten. Bijvoorbeeld Spa Reine is dan wel een Belgisch product, maar richt zich niet enkel op de Belgische markt. [6]

De werkwijze in België en buitenland is wel ongeveer hetzelfde. Het belangrijkste blijft dat de muziek uit de catalogus van de publisher bij de juiste personen terechtkomt. Dit gebeurt door het opbouwen van een uitgebreid netwerk door de publisher en het kunnen aanvoelen wat voor muziek een bepaald project nodig heeft. [6]

Een verschil daarentegen is dat in België de muziek pas gekozen wordt wanneer de beelden al klaar zijn. In het buitenland gebeurt dit eerder simultaan met de uitwerking van het creatieve proces. De reden hiervoor is dat er in België weinig gewerkt wordt met music supervisors. In ons land gebeurt de samenwerking veel directer omdat iemand uit het creatieve team van het productiehuis de taak van music supervisor op zich neemt en op zoek gaat naar de gepaste muziek. [6]

De zoektocht naar een nummer gebeurt grosso modo op twee manieren:

- De publisher wordt gecontacteerd met de vraag naar een specifiek nummer.
- De publisher krijgt de vraag om enkele nummers uit hun catalogus voor te stellen op basis van de informatie van het productiehuis (storyboard, feeling,...). [6]

Productiehuizen kunnen enkel vragen naar nummers uit de catalogus. Er kan dus niet gevraagd worden om via Strictly Confidential een nieuw, origineel werk te laten componeren voor het product. [6]

De onderhandelingen voor een nummer beginnen altijd met de aanvraag voor een nummer. Vervolgens wordt er een prijsvoorstel gedaan richting het productiehuis en dan starten de onderhandelingen. Voordat de publisher een prijsvoorstel doet, gaat hij eerst overleggen met de overige partijen (bijvoorbeeld het label) opdat ze in dezelfde prijscategorie gaan onderhandelen. Maar de publisher en het label kiezen wel nog steeds onafhankelijk welke prijs ze willen krijgen voor een bepaald nummer. [6]

Als publisher is het altijd makkelijker om een bekend nummer aan de man te brengen. Hoe bekender het nummer, hoe meer men het wil gebruiken voor een product. Bij een onbekend nummer moet de uitgever actiever op zoek gaan naar potentiële klanten. Er is zeker een markt voor minder bekende nummers, aangezien dit de prijs enorm kan drukken, wat interessant is voor projecten met een beperkt budget. [6]

Bepaalde genres lenen zich gemakkelijker tot synchronisatie dan andere. Deze genres zijn wel onderhevig aan trends. Op bepaalde momenten is het ene genre populair en pakweg een jaar later kan dit een ander genre zijn. Hardere genres zijn minder evident voor commercials, maar zijn dan weer wel geschikt voor bepaalde videogames of films. [6]

Strictly Confidential gaat zeker en vast niet alleen artiesten tekenen op basis van het potentieel om synchronisatiedeals te bekomen. Een publisher leeft immers niet enkel en alleen van synchronisaties, want ze werken ook als een soort A&R. Daarom gaan ze een artiest op een bepaalde manier in de markt zetten. Een uitgever evalueert dus zeker of er synchronisatie mogelijkheden zijn, maar ook of de artiest airplay kan krijgen. Deze parameters bepalen of men een artiest al dan niet tekent en hoeveel voorschot die artiest krijgt. [6]

De voordelen van een synchronisatiedeal zijn dat de artiest een breder publiek kan bereiken en bovendien een vergoeding krijgt voor het gebruik van zijn nummer. Vroeger

werd er minachtend gekeken naar een artiest die zijn muziek koppelde aan een bepaald merk, maar tegenwoordig beseft men dat het noodzakelijk is voor de artiest om te overleven in de muziekindustrie.

Een derde, minder evident voordeel is dat een artiest zich een sterk imago kan aanmeten door zich te koppelen aan de juiste producten. Nochtans is dit een dunne scheidingslijn, want als een artiest zich vereenzelvigd met de verkeerde producten kan hij zijn imago verliezen. [6]

In de meeste gevallen gaat een synchronisatie deal gepaard met een flat fee. Dit wil zeggen dat de auteur/componist een vooropgesteld bedrag krijgt in ruil voor zijn nummer. De flat fee kan wel uitgebreid worden indien er nieuwe landen bijkomen die nog niet inbegrepen waren in de originele synchronisatieovereenkomst. Die uitbreiding kan een extra bedrag of een percentage zijn. Bijvoorbeeld als het gaat om een langspeelfilm kan een auteur-componist soms een percentage krijgen bovenop de flat fee indien er aan bepaalde voorwaarden is voldaan. [6]

Auteurs/componisten verdienen het minst met videogames. Bovendien is de gamewereld in België bijna onbestaande en moet er beroep gedaan worden op buitenlandse contacten. Zo heeft Thomas De Mot contactpersonen bij Sony Games in Londen en EA Games. [6]

Thomas De Mot gaf nog als tip mee dat een artiest de juiste muziek op de juiste moment moet maken. Een torenhoog cliché, maar goede muziek maken, is het begin en opent nu eenmaal deuren. [6]

13.2 Sony/ATV Music Publishing

Marc van der Haas werkt momenteel als publisher bij Sony/ATV Music Publishing en voorheen bij EMI Publishing. EMI werd echter overgenomen door Sony, waardoor Sony/ATV nu twee catalogi onder zijn hoede heeft. Hoewel het als één bedrijf naar buiten komt, worden de twee catalogi toch apart behandeld binnen het bedrijf. [7]

Sony/ATV heeft geen kantoor in België. Er wordt vanuit Amsterdam gewerkt voor de Belgische markt. Vroeger werkte een team van drie personen voor de hele Benelux, maar vandaag is dit anders verdeeld. Nu werken er twee mensen voltijds op de Nederlandse markt en één iemand op de Belgische markt. [7]

Volgens Marc van der Haas worden nummers op basis van drie trajecten aangevraagd:

- Het creatieve team van de productie wil één bepaald nummer en neemt hiervoor contact op met de publisher. Op basis van het nummer (bekendheid, lengte, territorium,...) komen beide partijen tot een sync fee. Op deze manier heeft noch de artiest, noch de publisher creatieve input.
- Het creatieve team is op zoek naar een alternatief voor de eerste keuze. Dit is vaak het geval omdat het eerste nummer te duur is voor het beschikbare budget.
- Het creatieve team vraagt op basis van het script enkele suggesties voor een nummer. In dit geval gaat de publisher enkele nummers pitchen bij de klant en gaat hij samen met de klant op zoek naar het geschikte nummer voor bij de beelden.

In veel gevallen worden er drie à vier nummers aangevraagd om te testen wat het beste past bij de beelden. Achteraf beslist men pas welk nummer effectief gebruikt zal worden. Daarom is het belangrijk voor een uitgever om steeds de vinger aan de pols te houden, want hij moet weten wat er op dat moment leeft in de muzieksector.

Dit proces wordt soms moeilijker omdat een nummer niet altijd bij één publisher zit. Het komt voor dat de auteur en de componist elk een andere publisher hebben. [7]

Sony/ATV werkt in de meeste gevallen met bestaande songs die deel uit maken van hun eigen catalogus. Het gebeurt, maar echter zelden, dat de klant vraagt of een specifieke auteur-componist een origineel nummer wil componeren. [7]

De strategie achter synchronisaties is dat de auteur-componist meer bekendheid wil genereren door zijn muziek te koppelen aan een bepaald product. Op die manier is er sprake van een wisselwerking. Het product wil meer verkopen door het nummer en de auteur-componist wil meer bekendheid dankzij het product krijgen. In België en Nederland wordt vaak oudere muziek gekozen (ouder dan vijf jaar) omdat deze muziek bekender in de oren klinkt. Vooral grote merken willen het steeds veilig spelen. [7]

Een probleem binnen de muziekindustrie is dat een platenmaatschappij een andere focus heeft dan een publisher. De platenmaatschappij wil een nieuwe plaat onder de aandacht brengen en rekenen dus veel meer op het momentum. Een publisher daarentegen werkt meer op lange termijn. Om dit probleem te overbruggen, probeert een publisher steeds een viertal maanden voor te lopen op alles en te weten wat er gaat uitkomen en wanneer. Op die manier kan de uitgever anticiperen op nieuwe releases en deze pitchen bij de klant. Daarom is een regelmatig contact en een goede samenwerking tussen de platenfirma en de uitgever van groot belang. [7]

Ook tussen het denken van een auteur-componist en een publisher zit een verschil. Auteurs-componisten zien synchronisaties als een snelle manier om meer bekendheid te krijgen. Beginnende auteurs-componisten zien het vaak ook als een goede investering in hun carrière om zo bepaalde kosten te drukken. De publisher aan de andere kant moet denken aan zowel de auteur-componist als aan het product waarvoor hij ingeschakeld wordt. [7]

Marc van der Haas zegt dat het opvalt wanneer een nummer een synchronisatie te pakken heeft, want dan gaan de charts van zowel Shazam als iTunes de hoogte in. Dit geldt zowel voor het nummer als voor het volledige album van de artiest. Hieruit blijkt dat nieuwe technologie (zoals Shazam) zeer handig is voor de auteur-componist, want het wordt steeds gemakkelijker om via de app te ontdekken welk nummer men hoort in een film, serie, commercial of game. Deze trend is vooral zichtbaar als het gaat om een sterk nummer en wanneer de song erg aanwezig is onder de beelden. [7]

Bij synchronisaties is het niet de bedoeling dat een artiest enkel en alleen geassocieerd wordt met een bepaalde campagne (bijv. die band van de IKEA-campagne). Om dit tegen

te gaan, wordt er op voorhand een soort vooronderzoek gedaan waarin een uitgever met een artiest nagaat wat kan en wat niet kan. [7]

Bij Sony/ATV wordt er altijd gewerkt op basis van een flat fee. De prijszetting wordt bepaald door verschillende factoren: bekendheid van het nummer, welke media worden gebruikt, aantal territoria, lengte van het nummer,...

In het geval van films wordt er gekeken naar het totale budget van de film. De fee voor het nummer moet immers in verhouding staan met het totale budget. [7]

Bij Sony/ATV hanteren ze volgende voorwaarden om een auteur-componist te tekenen:

- Potentieel: Is er potentieel om synchronisaties te bekomen? Dit is natuurlijk een belangrijk aspect voor een publisher.
- Verleden: Gaat het om een bekende band of om een onbekende band? Heeft de auteur-componist al synchronisaties gehad in het verleden of niet?

Uiteindelijk blijft de grootste vraag steeds hetzelfde: valt er geld te verdienen met een bepaald nummer of niet? [7]

Synchronisaties in videogames blijft een kleine markt in de Benelux. Er zijn wel ontwikkelaars hier gelokaliseerd, maar het creatieve team dat beslist over welke nummers er worden gebruikt, is vooral gecentraliseerd in Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Amerika. Er zijn dus weinig aanvragen voor de Benelux, maar er zijn wel aanvragen voor andere landen. [7]

Bij elke aanvraag voor een nummer overlegt een uitgever met de artiest en eventueel de manager. In het geval van Amerikaanse of Britse bands is het moeilijker om contact te houden met de manager en krijgt de publisher vaak het vertrouwen omdat hij meer kennis heeft van de lokale markt en weet wat er daar leeft. [7]

Grote artiesten worden na verloop van tijd kieskeuriger omdat ze zoveel aanvragen voor hun nummers krijgen. Dan is het belangrijk om zorgvuldig te werk te gaan, want de waarde van het nummer moet hoog blijven. Een nummer dat overal te horen is, verliest zijn waarde. [7]

Een publisher moet producenten het gevoel kunnen geven dat zij iets ontdekt hebben. Dat is vaak beter dan hen een bepaald nummer voor te schotelen. Het is en blijft een wereld vol ego's. Daarom is het vaak interessanter om een nummer middenin de stapel te leggen dan helemaal bovenaan. Op die manier kunnen producenten trots zijn dat zij het nummer ontdekt hebben tussen de stapel. Dit is een bekende vorm van omgekeerde psychologie. [7]

Als publisher is het van belang de klant te kennen. Bij bepaalde merken keert namelijk steeds dezelfde soort muziek terug. Als een uitgever dit weet, kan hij daarop inspelen. De reden voor het kiezen van dezelfde soort muziek is dat het de vorige keer steeds gewerkt heeft, waardoor ze op veilig willen spelen en gewoon terugkeren naar die soort muziek. [7]

Voor beginnende bands is het niet altijd makkelijk om een synchronisatie te bekomen. Een fanbase heeft echter geen effect op het bekomen van synchronisatie-deals. Wel kan een beginnende band zijn fanbase vertalen naar een bepaalde doelgroep die interessant is voor een producent. Producenten zijn namelijk op zoek naar muziek die aansluit bij hun doelgroep. Bij een grote band werkt dit anders, want diens fanbase koopt namelijk alles wat de band aanprijst. [7]

In de Benelux wordt er niet zozeer gekeken naar hits, terwijl dit in het Verenigd Koninkrijk wel het geval is. Dit heeft vooral te maken met de grootte van het budget. In het Verenigd Koninkrijk is men altijd op zoek naar de toekomstige hit om onder bepaalde producties te plaatsen. [7]

Het is ook opvallend dat de omzet qua synchronisatie veel hoger ligt in Nederland dan in België. Dit heeft niet enkel te maken met het verschil in grootte tussen beide landen. De drietaligheid van België speelt daarbij ook een rol, want er zal namelijk nooit Vlaamse muziek te horen zijn in een Franstalige productie of omgekeerd. [7]

Er zijn geen vaste regels als het draait om synchronisaties. Een publisher gaat vooral af op de opgebouwde ervaring en werkt op het moment zelf. Wel is er een bepaald patroon te vinden in de manier van werken, maar per klant gelden er steeds andere regels. Zoals

eerder vermeld, werkt een publisher op lange termijn, terwijl een producent op korte termijn werkt dus per opdracht. [7]

Het is belangrijk voor een uitgever om een goede relatie op te bouwen met klanten om zo hun vertrouwen te winnen. Dan stappen zij na verloop van tijd naar de uitgever in plaats van omgekeerd. Pas op dat moment kan een publisher echt gaan pitchen bij de klant. Anders schiet die aan zijn doel voorbij. Om deze relatie op te bouwen en te behouden, nodigen publishers vaak klanten uit op shows van artiesten. [7]

Tot slot gaf Marc van der Haas nog enkele tips mee inzake synchronisaties. De tekst is bijvoorbeeld veel belangrijker dan het op het eerste zicht lijkt. Muziek onder een commercial moet bijvoorbeeld altijd een goed gevoel uitstralen, nooit iets negatief of depressief. Eén van de weinige uitzonderingen op deze regel is Lana Del Rey. Zij kwam in aanmerking voor heel wat synchronisaties ondanks haar deprimerende teksten. Dit geldt echter enkel voor commercials.

In een film, serie of videogame kan er meer. Daar is het vooral noodzakelijk dat het nummer past bij de sfeer die de productie wil creëren. [7]

Een publisher is zeker cruciaal als het gaat om synchronisaties. Zo heeft hij de nodige contacten en beschikt hij over een uitgebreid netwerk. Het is belangrijk dat een artiest een goed team achter zich heeft, want zonder team blijft het een moeilijk verhaal. [7]

13.3 Stock Music Production Music Library

Stock Music is één van de verdelers van illustratiemuziek in België. Stock Music heeft een muziekdatabank van meer dan 200 000 nummers. De catalogus bestaat vooral uit instrumentale muziek speciaal gecomponeerd voor professionele audiovisuele producties. [9]

Via de website kan hun catalogus geraadpleegd worden. De klant kan via verschillende categorieën zoeken naar de juiste muziek, de nummers beluisteren en vervolgens overgaan tot de aankoop ervan. Via een eenvoudige download-knop komt de producent in het bezit van de muziek. Het is snel duidelijk dat het werken met illustratiemuziek veel vlotter verloopt dan het werken met originele muziekwerken. [9]

Bij Stock Music werkt men eigenlijk als een soort publisher voor hun catalogus. Ze gaan langs bij bedrijven om hun catalogus voor te stellen en te pitchen. Ze werken daarentegen ook samen met vaste klanten op een frequente basis. Wanneer de klant een nummer gekozen en gedownload heeft, moet hij dit aangeven. Dit kan rechtstreeks aan SABAM of via Stock Music. Stock Music verkiest een aangifte via hen. Op die manier hebben ze meer controle over wat precies met nummers uit hun catalogus gebeurt. [9]

Het komt ook voor dat klanten een bekend nummer willen gebruiken niet behorend tot Stock Music hun catalogus. Dan probeert Stock Music als tussenpersoon te fungeren. Ze geven dan de contactgegevens door van de publisher waarmee de klant moet onderhandelen. Vroeger gingen deze onderhandelingen via SABAM, maar uitgevers hebben de meeste muziek weggehaald bij SABAM. [9]

Een auteur/componist stuurt zijn muziek op naar Stock Music en op basis van enkele criteria gaat Stock Music dan beslissen voor welke muziek ze tekenen en welke niet. Het belangrijkste criterium blijft natuurlijk de kwaliteit van de muziek. Bovendien geeft Stock Music ook voorrang aan auteurs/componisten met wie ze in het verleden al hebben samengewerkt. Het blijft echter moeilijk voor hen om op voorhand in te schatten welke muziek veel gebruikt zal worden en welke niet. [9]

Zowel de klant als de auteur/componist kiezen voor illustratiemuziek omdat ze de onderhandelingen uit de weg willen gaan. Tussen Stock Music en de auteur/componist wordt steeds een standaard uitgavecontract opgesteld, net zoals dat tussen een publisher en een auteur/componist gebeurt. Een belangrijk verschil is wel dat deze uitgavecontracten met verdelers van illustratiemuziek meestal gelden voor het leven. [9]

Over de tarieven opgesteld door SABAM is Stock Music best tevreden, maar er is natuurlijk steeds ruimte voor verbetering. Het gebeurt wel dat klanten die veel muziek gebruiken uit Stock Music zijn catalogus minder moeten betalen dan de opgestelde tarieven. [9]

Rechtenvrije muziek lijkt gratis muziek, maar dit is het zeker niet. Rechtenvrije muziek moet nog steeds eenmalig betaald worden en dat rechtstreeks aan de auteur/componist. Hierbij moeten er geen extra uitvoeringsrechten betaald worden. Rechtenvrije muziek wordt vooral gebruikt op websites als achtergrondmuziek. [9]

De catalogus van Stock Music bestaat hoofdzakelijk uit internationale auteurs/componisten. Dit is zo omdat ze de volledige catalogi van verschillende buitenlandse labels vertegenwoordigen. Verder bestaat hun klantenbestand eerder uit nationale klanten zoals tv-stations, reclamebureaus, enzovoort. [9]

In het geval van illustratiemuziek moet een producent dus geen extra toestemming meer vragen aan de auteur/componist om diens muziek te gebruiken in een productie. De auteur/componist heeft bijgevolg geen inspraak waarin zijn muziek te horen zal zijn. Als een auteur, componist of label op voorhand zegt dat hij niet te horen wil zijn in bepaalde producties, dan is dat een reden voor Stock Music om geen contract te tekenen met deze partijen. Het is namelijk te moeilijk om te controleren waarvoor de muziek gebruikt zal worden, aangezien er na aankoop geen bijkomstige toestemming van de auteur-componist vereist is. [9]

De grootste afzetmarkt voor Stock Music zijn de televisiestations. Vaak worden nummers uit hun catalogus gebruikt voor commercials van producten en af en toe ook voor de aankondiging van bepaalde activiteiten. [9]

De tarieven voor illustratiemuziek zijn voor iedereen gelijk. Toch verdient een auteur/componist het meeste geld wanneer zijn muziek te horen is in een commercial die uitgezonden wordt op televisie. De opbrengsten voor de auteur/componist komen dan niet grotendeels voort uit synchronisatierechten, maar wel uit de uitvoeringsrechten. De opbrengsten zijn daarbij hoger omdat een commercial op televisie maandenlang blijft doorlopen. [9]

Net zoals een publisher volgen ook vertegenwoordigers van illustratiemuziek de inkomsten op voor de auteurs/componisten die ze vertegenwoordigen en rapporteren ze twee maal per jaar, zoals vastgelegd in het uitgavecontract, aan hen. [9]

Besluit

Uit mijn onderzoek blijkt dat België een kleine markt is als het gaat om synchronisaties. De focus ligt meestal internationaal, waardoor het bezitten van de juiste contacten cruciaal is.

Synchronisaties kunnen zowel rechtstreeks tussen de producent en de auteur/componist tot stand komen of met de uitgever als tussenpersoon. Voor België is een uitgever geen vereiste, maar op internationaal vlak is een uitgever onontbeerlijk.

Wat een synchronisatie deal oplevert qua inkomsten verschilt naargelang de aard van de audiovisuele productie. Commercials en trailers leveren het meest op, gevolgd door films en series en met videogames verdient een auteur/componist het minst. Een bestaand werk levert ook meer inkomsten op dan het componeren van een nieuw nummer. Het aantal en soort media beïnvloedt eveneens de inkomsten.

Voor bestaande en nieuwe muziek worden de rechten afgekocht van de auteur/componist. Dit gebeurt via onderhandelingen en een forfaitaire vergoeding voor de auteur/componist. Dit kan een lang proces zijn.

Daarom dat werken met illustratiemuziek veel gemakkelijker gaat. Voor deze muziek moet de producent geen verdere onderhandelingen voeren, want de tarieven zijn vastgelegd door SABAM.

De meest eenvoudige onderhandeling voor een synchronisatie deal wordt gevoerd tussen de auteur/componist en de producent die een muziekwerk wil gebruiken. Hiervoor wordt er steeds een contract opgemaakt waarin de verplichtingen van beide partijen opgenomen zijn.

In de praktijk is dit echter niet altijd zo eenvoudig en spelen mogelijk ook volgende actoren een rol in de onderhandeling: één of meerdere uitgevers, het label, het management, een music supervisor en/of een vertegenwoordiger van illustratiemuziek. Deze actoren kunnen elk hun eigen rol spelen in de onderhandeling en een deel van de opbrengsten claimen. Opvallend is dat elke betrokken partij een ander doel voor ogen heeft als het gaat om synchronisatie deals.

Aan de hand van enkele voorbeelden uit de Belgische muziekindustrie komt het verhaal van de synchronisatiedeal bij Arsenal, Amatorski, Get Off My Shoes en Hooverphonic aan bod. Dit verduidelijkt dat elke synchronisatiedeal anders aangepakt wordt en dat de redenen voor het toestemmen met een synchronisatiedeal verschillend kunnen zijn. In deze getuigenissen komt naar boven dat er in België op een andere manier wordt gewerkt dan in het buitenland. Verder heb ik ook de kant van de uitgever en vertegenwoordigers van illustratiemuziek gehoord en toegelicht.

Uit de afgenomen interviews kan ik besluiten dat het belangrijk is om de juiste muziek op de juiste moment te maken en bovendien die bij de juiste mensen te krijgen.

Bronvermelding

- [1] van Beek, F. *Synchronisatierechten deel 1*. Geraadpleegd in 2015 via http://www.allmusic.nl/column_3.asp.
- [2] SABAM. (2011). *Videografische reproductierechten*. Geraadpleegd in 2015 via http://www.sabam.be/sites/default/files/Nederlands/Utilisateur/Musique/Telechargement/brochure_videografische_reproductierechten.pdf.
- [3] VAC vzw. (2009). *Staan wij recht in onze schoenen?*. Geraadpleegd in 2015 via http://www.vac-film.be/vs07013.virtualserver.priorweb.be/uploads/nieuwbrief/3_nieuwsbrief_3.pdf.
- [4] Centrum voor Beeldexpressie. *Synchronisatierechten*. Geraadpleegd in 2015 via <http://www.beeldexpressie.be/?onderdeel=5451>.
- [5] SABAM. (2014). *Library music adressenlijst*. Geraadpleegd in 2015 via http://www.sabam.be/sites/default/files/Nederlands/Utilisateur/Musique/Telechargement/library_music_-adressenlijst_2014.pdf.
- [6] Van der Borght, S. (2015). *Interview over synchronisatierechten met Thomas De Mot*.
- [7] Van der Borght, S. (2015). *Interview over synchronisatierechten met Marc van der Haas*.
- [8] Stock Music. (2015). *Production Music Library & Tarieven*. Alken: Stock Music.
- [9] Van der Borght, S. (2015). *Interview over synchronisatierechten met Stock Music*.
- [10] Deneuter, D. H'Madoun, Y. Pauly, J. Poppunt. (2013). *De rechten op je muziek*. Geraadpleegd in 2015 via <http://poppunt.be/advies/popadvies/starting-out/je-muziek-en-je-rechten/de-rechten-op-je-muziek/>.
- [11] Van der Borght, S. (2015). *Interview over synchronisatierechten met Filip Van Moerkercke*.
- [12] Deneuter, D. (2013). *Het publishingcontract*. Geraadpleegd in 2015 via <http://poppunt.be/advies/popadvies/tracks-verkopen/labels-en-contracten/publishingcontract/>.
- [13] SABAM. *Contract tussen producent en componist voor het gebruik van een originele compositie in een audiovisuele productie*. Geraadpleegd in 2015 via <http://www.sabam.be/sites/default/files/Nederlands/Createur/Audiovisuel/Telechargements/contract%20tussen%20producent%20en%20componist%20voor%20het%20gebruik%20van%20een%20originele%20compositie%20in%20een%20audiovisuele%20productie.doc>.

[14] Van der Borcht, S. (2015). *Interview over synchronisatierechten met Hilke Ros.*

[15] Van der Borcht, S. (2015). *Interview over synchronisatierechten met Stijn Debontridder.*

[16] Wikipedia. *Hooverphonic*. Geraadpleegd in 2015 via
http://nl.wikipedia.org/wiki/Hooverphonic#Voorkomen_in_de_media.

[17] Strictly Confidential. *About us*. Geraadpleegd in 2015 via <http://www.strictly-confidential.net/en/about-us>.

Bijlagen

Bijlage 1: Brochure Stock Music

Bijlage 2: Voorbeeld standaard contract SABAM

Bijlage 1: Brochure Stock Music

TARIEVEN 2015 - Q1



A. TRADITIONELE NETTEN

(O.M. EEN, KETNET/CANVAS, VTM, 2BE, VIER, VIJF, RTBF, RTL/TVI, AB3, AB4, BRFF ...)

Kort- of langspeelfilms, documentaires, feuilletons, TV-reeksen	Publicitaire spots (tarief België)	Promotiespots
€ 72	€ 570	€ 253
Per muziekwerk, per fractie van 30" of een deel hiervan	Per muziekwerk, per jaar, per fractie van 30" of een deel hiervan, per zender	Per muziekwerk, per jaar, per fractie van 30" of een deel hiervan, per zender
	Per bijkomende zender: supplement van 20%	
	BILLBOARDS *	
	€ 190	€ 85
	Per bijkomende zender: supplement van 20%	



B. REGIONALE NETTEN

Kort- of langspeelfilms, documentaires, feuilletons, TV-reeksen	Publicitaire spots	Promotiespots
€ 17	€ 85	€ 46
Per muziekwerk, per fractie van 30" of een deel hiervan	Per muziekwerk, per jaar, per fractie van 30" of een deel hiervan, per zender	Per muziekwerk, per jaar, per fractie van 30" of een deel hiervan, per zender
	Per bijkomende zender: supplement van 20%	
	BILLBOARDS *	
	€ 39	€ 20
	Per bijkomende zender: supplement van 20%	



C. DOELGROEPTELEVISIE

50% van het tarief 'Nationale Publiciteit' (televisie, traditionele netten), m.a.w. € 285, per muziekwerk, per fractie van 30" of een deel hiervan, per jaar voor één TV-omroep, +20% per bijkomende zender.

* BILLBOARDS

Buiten publiciteitsblokken: korte spots waarin de sponsor van een bepaald programma wordt vermeld.
Binnen publiciteitsblokken: spots tot maximum 10 sec. zonder dynamische beelden.

**DOWNLOAD
YOUR MUSIC NOW!**
my.stockmusic.be
and as exclusive partner for Belgium
SONOFIND.COM



ONLINE

'Gewoon' gebruik als achtergrondmuziek: € 55, per muziekwerk, per fractie van 30" of deel hiervan. Het publiek uitvoeringsrecht is niet inbegrepen.

Gebruik voor 'publicitaire' doeleinden (spotje): € 270, per muziekwerk, per jaar per fractie van 30" of deel hiervan. Het publiek uitvoeringsrecht is niet inbegrepen.



RADIO

Normaal programma	Nationale publiciteit	Regionale publiciteit	Lokale publiciteit	Promotie
€ 14	€ 290	€ 92	€ 23 (max. 2 radio's)	€ 117
	- per jaar/per regie	- per jaar	€ 46 (van 3 tot 7 radio's)	- per jaar
	- per bijkomende regie +20%		- per jaar	- per regie

Per muziekwerk, per fractie van 30" of een deel hiervan.



AUDIO

Interne vorming	Promo - extern gebruik	Publicitair (per jaar)
€ 21	€ 35	€ 130

Per muziekwerk, per fractie van 30" of deel hiervan



BIOSCOOP

Commerciële films	Niet-commerciële films	Publicitaire spots (per jaar)	Lokale publiciteit (per jaar)
€ 46	€ 17	€ 170	€ 85

Per muziekwerk, per fractie van 30" of een deel hiervan.

BILLBOARDS* (per jaar)
€ 57
€ 28

/company/stock-music

/stockmusic

/stockmusicint

Bisschopsweyerstraat 35, 3570 Alken - Belgium
T 011 59 90 00 F 011 59 90 09 info@stockmusic.be

www.stockmusic.be
www.sonofind.com

VOOR AL UW MUZIEKTOEPASSINGEN IN BINNEN- EN BUITENLAND



VIDEO

VIDEOGRAM, DVD, CD-ROM

Producties voor vorming of informatie gericht naar een bepaalde sector (bv. intern voor bedrijf, school, vereniging):
€ 29

Producties met een promotioneel karakter gericht op een extern, vrij toegankelijk publiek: € 48
Indien de productie ook op een website wordt geplaatst: supplement van 20%

Per muziekwerk, per fractie van 30" of deel hiervan.
De duplicatierechten voor de kopieën zijn inbegrepen tot en met 50 exemplaren.

BELANGRIJK Bij gebruik van werken uit catalogi van één enkele producent worden de vergoedingen degressief berekend:

- per fractie van 30 seconden: tot 5 minuten,	- per fractie van 2 minuten : vanaf de 10de tot de 20ste minuut,
- per fractie van 1 minuut : vanaf de 5de tot de 10de minuut,	- per fractie van 4 minuten : vanaf de 20ste minuut.



TARIEVEN

'LOW COST' (max. € 10 000)

Totale duur van de muziek in verhouding tot de totale duur van de AV-productie	Percentage op het productiebudget dat in aanmerking wordt genomen om de vergoeding te bepalen	Minimum vergoeding
90 - 100%	10%	€ 150
80 - 90%	9%	€ 135
70 - 80%	8%	€ 120
60 - 70%	7%	€ 105
50 - 60%	6%	€ 90
10 - 50%	5% (minimum)	€ 75

Indien de productie ook op een website wordt geplaatst: supplement van 20%



DVD

DVD'S VAN BESTAANDE TV-PROGRAMMA'S

A. Originele muziek rechtstreekse deal met componist

B. Bestaande (commerciële) muzikale werken uit het algemeen repertoire

- in de generiek, per aflevering: € 250 voor de begingeneriek en € 250 voor de eindgeneriek, zelfs indien het om hetzelfde werk gaat
- die tussenin gebruikt worden: € 100 per track, ongeacht de duurtijd

C. Illustratiemuziek € 48 per track, ongeacht de duurtijd en het gebruik (generiek of tussenin)

Duplicatierechten

Neem contact met ons op voor deze tarieven

* Al onze rechten zijn beschermd door Sabam. De facturatie zal door Sabam gebeuren.

Bijlage 2: Voorbeeld standaard contract SABAM

CONTRACT TUSSEN PRODUCENT EN COMPONIST VOOR HET GEBRUIK VAN EEN ORIGINELE COMPOSITIE IN EEN AUDIOVISUELE PRODUCTIE

Tussen partij enerzijds,

Naam en voornaam en/of Firma:

Adres:

hierna genoemd de Componist,

en partij anderzijds,

De vennootschap:

met maatschappelijke zetel te:

ingeschreven in het handelsregister te:

onder het nummer:

geldig vertegenwoordigd door:

hierna genoemd de Producent,

Wordt overeengekomen wat volgt:

artikel 1: voorwerp van de overeenkomst

Voor de in artikel 2 omschreven audiovisuele productie (hierna het Werk genoemd) levert de Componist een originele compositie, met als titel _____

en met een totale duur van ongeveer ____ minuten (hierna de Compositie genoemd).

artikel 2: omschrijving van het Werk

2.1. Titel: _____

2.2. Aard: ☐ langspeelfilm ☐ kortfilm ☐ documentaire ☐ tv-film ☐ animatiefilm

☐ publiciteitsfilm ☐ andere: _____

2.3. Co-auteurs van het Werk:

2.3.1. Scenarist: _____

2.3.2. Regisseur: _____

2.3.3. Auteur dialogen en/of commentaren: _____

2.3.4. Grafisch ontwerper (van de animatie): _____

2.3.5. Auteur voorafbestaand werk (boek, toneelstuk, ...): _____

Titel voorafbestaand werk: _____

2.4. Duur (bij benadering): _____

2.5. Oorspronkelijke bestemming: ☐ bioscoop ☐ tv ☐ video ☐ niet-commercieel circuit

☐ andere: _____

2.6. Drager: _____

2.7. Productiebudget: _____

Parafen

artikel 3: leveringsprocedure en betaling

De Componist zal een eerste versie van de Compositie aan de Producent overhandigen binnen een termijn van _____, te rekenen vanaf de ondertekening van dit contract.

De Componist zal de definitieve versie van de Compositie aan de Producent overhandigen binnen een termijn van _____, te rekenen vanaf de schriftelijke aanvaarding door de Producent van de eerste versie.

De eerste en de definitieve versie zullen geleverd worden op volgende drager: _____.

Voor het creëren van de Compositie ontvangt de Componist van de Producent een forfaitair honorarium van _____ € (exclusief BTW), te betalen als volgt:

- _____ € bij de ondertekening van dit contract;
- _____ € bij de overhandiging van de definitieve versie van de Compositie

Voor zover de Producent de door hem verschuldigde bedragen niet vereffent binnen 15 dagen nadat ze opeisbaar geworden zijn, zullen ze vanaf dat tijdstip, van rechtswege en zonder enige ingebrekestelling, een intrest opbrengen van 1% per ingegane maand, onverminderd het recht van de Componist om ontbinding van het contract wegens wanprestatie te betekenen en zo nodig schadevergoeding te eisen.

artikel 4: Omvang van de toestemming

Onder voorbehoud van een correcte naleving van alle bepalingen van huidig contract, geeft de Componist hierbij de volgende audiovisuele exploitatierechten in exclusieve licentie aan de Producent:

4.1. Reproductie

- a. Het recht het Werk te produceren met elk audiovisueel middel, met originele of gedoubleerde geluiden en/of stemmen, met titels en ondertitels in elke taal en met nasynchronisatie.
- b. Het recht een door de Producent te bepalen aantal originelen en kopieën van het Werk te maken op om het even welke audiovisuele drager, in alle formaten en afmetingen.
- c. Het recht de hogervermelde dragers in omloop te (laten) brengen met het oog op de in artikel 4.2. en 4.3. bepaalde exploitaties.

4.2. Publieke vertoning, uitzending en doorgifte

- a. Het recht het Werk integraal of bij wijze van uittreksel publiek te vertonen op om het even welke wijze.
- b. Het recht het Werk integraal of bij wijze van uittreksel uit te zenden en door te geven, betalend of niet betalend, op individueel verzoek of niet en op om het even welke wijze (hertzgolven, satelliet, draad, glasvezel, kabel, via Internet, pay per view, (near) video op aanvraag, ...).

4.3. Secundair gebruik

- a. Het recht op publicatie of reproductie van elementen uit het Werk (foto's, geluidsfragmenten, teksten, ...), dit alles echter uitsluitend met het oog op de promotie ervan.
- b. Het recht het Werk te exploiteren op analoge en digitale dragers, bestemd voor de verkoop, verhuur of openbare uitlening.
- c. Het recht met het Werk deel te nemen aan beurzen, markten, festivals en wedstrijden.

artikel 5: Voorbehoud

Elke andere vorm van exploitatie dan beschreven in Artikel 4 is exclusief voorbehouden aan de Componist.

De Componist noch de Producent hebben het recht de Compositie geheel of gedeeltelijk te exploiteren in het kader van een ander werk dan het Werk (bijvoorbeeld een ander audiovisueel werk, toneel, opera, enz.) zonder de toestemming van de andere partij.

De Componist behoudt evenwel het recht de Compositie op zich te exploiteren, daarin begrepen het recht de Compositie te reproduceren en publiek mee te delen.

Parafen

artikel 6: vergoedingen voor de audiovisuele exploitatierechten

6.1. Collectief beheer

De Componist verklaart lid te zijn van de auteursvereniging SABAM, gevestigd te 1040 Brussel, Aarlenstraat 75-77. De Producent verbindt zich ertoe zijn verplichtingen tegenover SABAM met betrekking tot het gebruik van de Compositie nauwgezet na te leven.

De Componist zal via SABAM vergoed worden alle exploitaties van het Werk, waarin begrepen:

- publieke vertoning in zalen (bioscopen, festivals, ...);
- publieke vertoning via televisie (hertzgolven, kabel, satelliet, ...);
- publieke vertoning via internet, pay per view en (near) video op aanvraag;
- duplicatie van het Werk op dragers (videocassettes, cd-i, cd-rom, laser disc, ...) bestemd voor uitlening, verkoop of verhuur aan het publiek;
- thuiskopie (op blanco beeld- of geluidsdragers).
- verhuur en uitlening

De Producent zal met de gebruikers van het Werk (bioscoopexploitanten, verdelers, omroepen, videoproducenten, content providers, ...) overeenkomen dat de auteursrechten van de Componist geregeld worden via de auteursverenigingen.

6.2. Percentage op de inkomsten

Indien SABAM voor bepaalde exploitaties of in bepaalde landen geen rechten int, ontvangt de Componist van de Producent _____% op de bruto-inkomsten die de Producent (en de eventuele coproducenten) krachtens deze exploitaties ontvangt.

De exploitatierekeningen, met een gedetailleerd overzicht van de bruto-ontvangsten per exploitatiewijze, zullen jaarlijks, op 31 december van elk jaar, worden vastgesteld.

Binnen de maand na de vaststelling ervan zullen de exploitatierekeningen naar de Componist verzonden worden, vergezeld van de sommen en de opbrengsten van de percentages die aan de Componist toekomen.

Voor zover de Producent de door hem verschuldigde bedragen niet vereffent binnen 15 dagen nadat ze opeisbaar geworden zijn, zullen ze vanaf dat tijdstip, van rechtswege en zonder enige ingebrekestelling, een intrest opbrengen van 1% per ingegane maand, onverminderd het recht van de Componist om ontbinding van het contract wegens wanprestatie te betekenen en zo nodig schadevergoeding te eisen.

Op eenvoudig schriftelijk verzoek heeft de Componist het recht om binnen 10 dagen na zijn verzoek in alle kantoren en eventuele bijhuizen van de Producent alle boekhoudkundige stukken in verband met de exploitatie van het Werk in te zien en aan de Producent of diens boekhouder eender welke rechtvaardiging te vragen met betrekking tot de voorgelegde exploitatierekeningen. Zo hij dit wenst, kan hij zich op eigen kosten laten bijstaan door een derde naar zijn keuze. De eventueel bijkomend verschuldigde bedragen zullen binnen de maand na de controle betaald worden.

Indien het verschil tussen de door de Producent opgegeven en betaalde bedragen en de werkelijk verschuldigde vergoeding meer dan 5% bedraagt, worden de bijkomend verschuldigde bedragen van rechtswege en zonder enige ingebrekestelling met een intrest van 1% per ingegane maand verhoogd, te rekenen vanaf het tijdstip waarop zij betaald hadden moeten worden. Tevens vallen de controlekosten in dat geval integraal ten laste van de Producent.

6.3. Deelname aan beurzen, markten, festivals en wedstrijden

De Componist ontvangt geen afzonderlijke vergoeding voor deze exploitatiewijze. Eventuele prijzen toegekend voor de Compositie komen integraal en rechtstreeks toe aan de Componist. Prijzen die aan het Werk in zijn geheel worden toegekend, zullen op de volgende manier verdeeld worden:

Parafen

artikel 7: moreel recht

De morele rechten van de Componist zijn uitdrukkelijk voorbehouden.

De Producent verbindt zich ertoe de naam van de Componist op de generiek en in het promotiemateriaal van het Werk duidelijk te vermelden. Hij zal de naleving van deze verbintenis opleggen aan de verdelers en exploitanten. De Componist behoudt zich evenwel het recht voor om zich onder een pseudoniem kenbaar te maken.

De Producent zal gaan enkele wijziging aan de Compositie aanbrengen zonder de toestemming van de Componist.

De Componist zal zijn recht op eerbied voor het Werk niet inroepen om zich te verzetten tegen praktijken die in de audiovisuele sector gebruikelijk zijn, zoals de onderbreking door reclameboodschappen (voor zover deze duidelijk van het Werk onderscheiden zijn).

artikel 8: prestaties van de producent

De Producent waarborgt een exploitatie van het Werk overeenkomstig de eerlijke beroepsgebruiken.

De Producent zal alles in het werk stellen om de identificatie van het Werk mogelijk te maken met het oog op de controle van de exploitatie en het beheer van de auteursrechten.

De Producent zal de Componist regelmatig informeren over elke exploitatie van het Werk. Met name zal hij de Componist onmiddellijk op de hoogte brengen in geval van duplicatie van het Werk op dragers (videocassettes, cd-i, cd-rom, laser disc, ...) en zal hij hem jaarlijks een lijst bezorgen met opgave - in de mate van het mogelijke - van de zalen waar en de data waarop het Werk vertoond werd en van de omroepen en data waarop het Werk uitgezonden werd.

Parafen

artikel 9: verbrekingsclausule

a. Indien de Producent één of verscheidene van de verplichtingen, waartoe hij zich in huidig contract verbonden heeft, niet naleeft, heeft de Componist het recht om huidig contract bij aangetekend schrijven onmiddellijk en van rechtswege te ontbinden, indien de Producent 30 dagen na de aangetekende ingebrekestelling door de Componist, hieraan geen positief gevolg heeft gegeven.

In dat geval worden alle toestemmingen en rechten die de Componist aan de Producent bij huidig contract had verleend met onmiddellijke ingang ingetrokken en is de Producent derhalve niet langer gerechtigd om het Werk onder gelijk welke vorm verder te exploiteren. De Componist behoudt dan de forfaitaire vergoedingen die hij reeds ontving, en de nog verschuldigde bedragen worden onmiddellijk opeisbaar, onder voorbehoud van eventuele schadevergoedingen en intresten ten voordele van de Componist.

b. Indien de Componist de in artikel 3 overeengekomen termijnen niet respecteert, heeft de Producent het recht om huidig contract bij aangetekend schrijven onmiddellijk en van rechtswege te ontbinden, indien de Componist 30 dagen na de schriftelijke ingebrekestelling door de Producent, hieraan geen positief gevolg heeft gegeven.

De Componist betaalt de reeds ontvangen vergoedingen terug. De Producent is niet gerechtigd om de Compositie af te werken of door een derde te laten afwerken of onder gelijk welke vorm te exploiteren.

artikel 10: bescherming van de rechten en garantie

De Componist verklaart dat de Compositie oorspronkelijk en van zijn hand is en geen intellectuele rechten van derden schendt. Hij vrijwaart de Producent tegen alle aanspraken in dit verband.

De Componist waarborgt de Producent dat hij, behoudens tegenover SABAM aangegane verplichtingen, over de bij huidig contract verleende rechten vrij kan beschikken.

Onder voorbehoud van het recht van SABAM om op te treden tegen inbreuken door gebruikers van het Werk op grond van het aansluitingscontract van de Componist met SABAM, machtigt de Componist de Producent op eigen kosten en op eigen risico namaak en niet toegelaten exploitaties van het Werk te bestrijden. De Producent en de Componist verbinden zich ertoe elkaar in te lichten wanneer zij kennis krijgen van dergelijke inbreuken. Indien de Producent een procedure inspant, zal hij de Componist hiervan verwittigen.

artikel 11: duur van de licentie

De huidige exclusieve licentie geldt voor een periode van _____ jaar, te rekenen vanaf de datum van de ondertekening van dit contract.

Indien het Werk echter niet gerealiseerd is en in omloop gebracht is binnen ____ jaar na de ondertekening van dit contract, vervalt deze overeenkomst van rechtswege en krijgt de Componist opnieuw de volledige beschikking over zijn rechten op de Compositie, met behoud van de hem tot dan toe betaalde bedragen. De nog verschuldigde bedragen worden onmiddellijk opeisbaar.

artikel 12: territoriale reikwijdte van de licentie

De huidige exclusieve licentie geldt voor alle landen van de wereld.

artikel 13: aangifte en bewaring

De Componist staat in voor de aangifte van de Compositie bij SABAM.

De Producent van zijn kant zal SABAM een opgave bezorgen van de in het Werk gebruikte muziek, met vermelding van de duurtijd.

De Producent verbindt er zich toe de originelen alsook het niet gebruikte geluids- en beeldmateriaal als een goed huisvader te bewaren. De Componist beschikt over een recht van toegang tot de originelen.

Parafen

artikel 14: overdraagbaarheid van de verleende rechten

De Producent heeft het recht de hierbij in exclusieve licentie verkregen rechten over te dragen aan derden.

In dat geval zal de Producent de integrale naleving van zijn verplichtingen tegenover de Componist contractueel aan de overnemer opleggen en borg blijven staan voor de nakoming van deze verplichtingen door de overnemer.

Ingeval de Producent dit recht uitoefent, zal hij dit op voorhand aan de Componist meedelen per aangetekend schrijven met ontvangstmelding. Binnen een termijn van 30 dagen na de overdracht zal de Componist een afschrift van de overdrachtsovereenkomst ontvangen.

artikel 15: toepasselijk recht en bevoegde rechtbank

Dit contract is onderworpen aan het Belgisch recht.

In geval van betwisting zijn enkel de burgerlijke rechtbanken van _____ bevoegd.

Opgemaakt in twee exemplaren, waarvan elke partij verklaart er één te hebben ontvangen, te _____ op _____

de Producent

de Componist

Parafen

