

Ça swingue pour le vinyle, à Marciac

Redevenu branché depuis les années 2010, le disque 33 tours dépassera cette année le CD en termes de chiffre d'affaires. Une aubaine pour Simon Garcia, qui s'est lancé dans le pressage en 2020. Ce passionné nous a ouvert les portes de son atelier, dans le Gers, où la qualité de son travail séduit de plus en plus de labels, y compris étrangers.

PAR BENJAMIN JÉRÔME, PHOTOS MATTHIEU RONDEL, À MARCIAC (GERS).

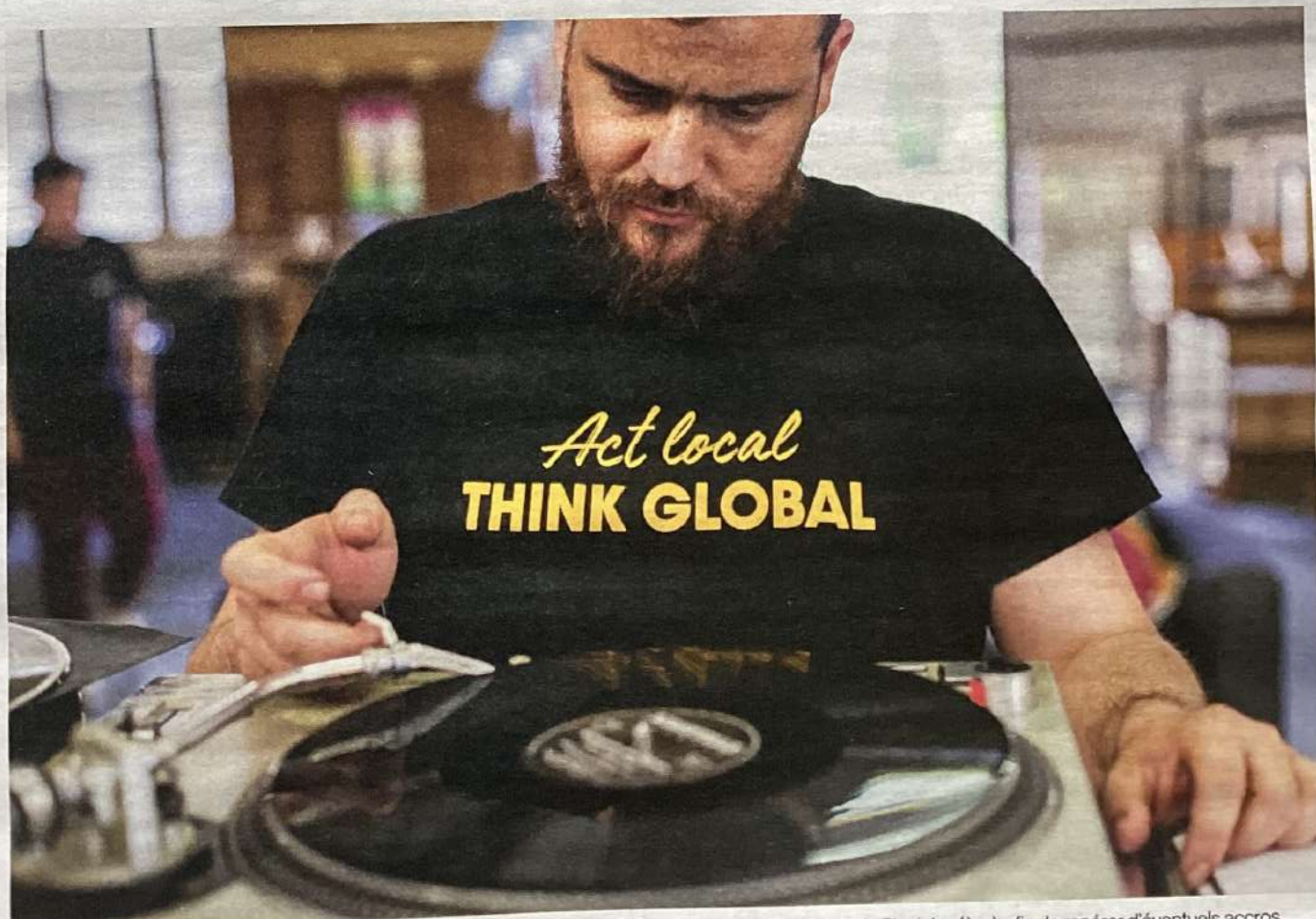
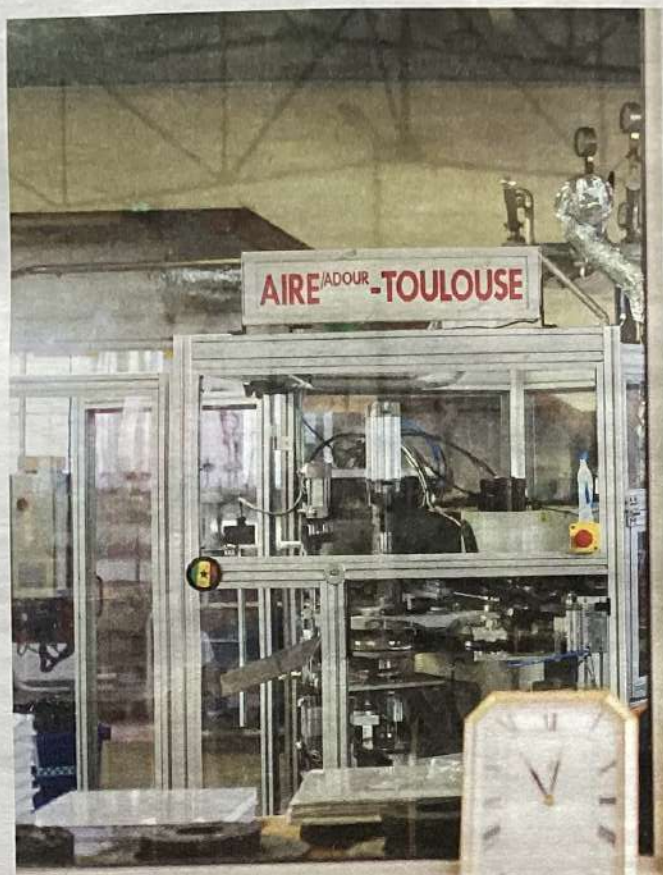
Chut... C'est le moment où il faut murmurer, essayer de ne pas faire de bruit. Simon Garcia a posé un vinyle sur la platine usée qui trône à l'entrée de son atelier, flanquée d'enceintes énormes et d'amplis coûteux. C'est le premier disque de sa prochaine production, l'exemplaire test qui sert à vérifier la qualité du pressage à venir. Alors, volume à fond, l'entrepreneur prête l'oreille, non pas aux morceaux, mais aux silences entre les morceaux. « J'écoute le plastique », dit-il, concentré sur d'éventuels craquements. S'ils sont trop présents ou nombreux, il faudra nettoyer les moules ayant servi à presser le disque, voire les remplacer. Barbe et tignasse hirsutes, les yeux fatigués – il est l'heureux papa d'un bébé qui refuse encore de faire ses nuits –, Simon Garcia, 37 ans, produit aujourd'hui de 10 000 à 15 000 vinyles par mois avec sa petite société, Garcia & Co. Implantée à Marciac, dans le Gers, elle compte également un associé et un employé. Il y a trente ans, pourtant, la grande galette noire a failli se taire à jamais. Plus compacts et plus pratiques, la cassette audio, et surtout le CD, qui débarque au début des années 1980, la remettent au placard. L'arrivée du MP3 et du streaming menace de l'envoyer définitivement à la poubelle. En 2008, le vinyle ne représente plus que 0,6 % du chiffre d'affaires, hors digital, de la musique en France, et survit grâce à des marchés de niche, comme l'électro ou le metal. Le retour en grâce survient au mitan des années 2010. Ce come-back dans les bacs est même spectaculaire. Dans l'Hexagone, il se vend 750 000 vinyles en 2015 et 1,8 million l'année suivante ! Alors que l'époque pousse à la froide dématéria-

lisation numérique, le grand public redécouvre en masse le plaisir des 33 tours bien tangibles, avec leurs belles pochettes illustrées et leurs sons chauds. Il n'est pas numérique, mais analogique : les ondes sonores sont littéralement gravées dans le support.

La tendance s'est maintenue pour atteindre 5,5 millions d'exemplaires écoulés en 2023. Sur la première marche du podium, l'an dernier : Daft Punk, avec la réédition de *Random Access Memories*, sorti en 2013. L'album des Frenchies de l'électro devance le dernier Rolling Stones (*Hackney Diamonds*) et un incontournable de Taylor Swift (1989 - *Taylor's Version*). Avec 94 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, la grande galette rapporte désormais autant à l'industrie musicale, ou presque, que son petit frère, le CD. Elle devrait même le dépasser cette année. Événement mondial, le Disquaire Day accompagne cette renaissance depuis 2011. La dernière édition, samedi 20 avril, a mobilisé 220 boutiques en France. Elles ont accueilli des *live* et proposé des éditions collector et des inédits, mis en vente spécialement ce jour-là.

La presse, le nerf de la guerre

Reste que ces vinyles, il faut les produire. La quasi-totalité des usines de pressage ont fermé, ou se sont reconverties dans le CD quand le médium analogique périlait. D'où un besoin, aujourd'hui, de nouveaux fabricants. Simon Garcia s'est, lui, installé dans une ancienne menuiserie en 2020. Il a investi 350 000 euros dans son affaire, dont une grosse moitié rien que pour financer la presse, le nerf de la guerre. « Je n'y connaissais rien, alors je suis allé visiter des entreprises en Italie, en Suède et en Allemagne. Pour trouver de l'aide, j'ai aussi passé des dizaines de



Les collaborateurs inspectent les vinyles (en haut, à dr.) dès leur sortie de la presse automatique, cernée de Plexiglas (à g.), afin de repérer d'éventuels accros sur les microsillons. À chaque nouvelle production, Simon Garcia écoute un exemplaire test (ci-dessus) pour évaluer la qualité des silences entre les morceaux.



Ils sont désormais trois à travailler chez Garcia & Co : Diogo, l'employé multifonction, Guillaume Largillier, associé administrateur, et le fondateur, Simon Garcia (1, de g. à dr.). Pour bien choisir sa presse (2), qui représente plus de la moitié de l'investissement initial, ce dernier a écumé l'Europe.

coups de fil à ceux qui allaient devenir mes concurrents. Un jour, je suis tombé sur un ancien directeur technique d'une grande boîte de pressage. On s'est liés d'amitié. C'est lui qui m'a appris le métier », raconte Simon Garcia. Ce dernier a eu mille vies avant de se lancer. Tour à tour tailleur de pierre, maçon, plaquiste et paveur, il suit une formation dans le son et devient régisseur du Théâtre des Mazades, à Toulouse. En réalité, la musique a toujours accompagné ce passionné du Sénégal, un pays qu'il découvre à 18 ans. Jeune, il chante en français et en wolof dans un groupe d'afro-reggae, puis bricole un studio au fond de son jardin pour enregistrer des artistes toulousains. C'est pour l'amour d'une bergère italienne – « elle ne pouvait pas vivre en ville » – que Simon déménage à Marciac, 1200 habitants, et dont le nom sonne juste aux oreilles des mélomanes. Chaque année, il accueille un festival de jazz culte. Cet été encore, le saxophoniste Chris Potter, les trompettistes Erik Truffaz et Ibrahim Maalouf ou les chanteuses Angélique Kidjo et Imany se produiront sous un chapiteau assez vaste pour accueillir 11 000 spectateurs debout. Il est érigé, le temps de l'événement, sur le terrain de rugby local.

La manufacture de Simon Garcia se situe à deux pas. Des affiches, du vieux matériel audio, des trompettes rouillées pendues à des ficelles égaient ces 400 mètres carrés, mais point de pochette de vinyle fixée aux murs. « Les disques, c'est pour écouter, pas pour décorer », assène le patron. Grosse bête métallique cernée de Plexiglas, la presse repose au fond de l'entrepôt, reliée à une chaudière et à un



système de refroidissement, cachés dans une autre pièce. L'album à reproduire arrive en fichier numérique. Des entreprises partenaires gravent les microsillons correspondants sur une plaque puis, grâce à ce premier élément, façonnent des moules en nickel appelés « matrices ». La matière première, elle, est du polychlorure de vinyle : du PVC. Le même plastique, ou presque, qui sert pour les tuyaux gris de plomberie, acheté sous forme de granulés noirs dans d'énormes sacs pesant 1,1 tonne.

« Il y a 108 tonnes de pression, et les moules sont chauffés à plus de 200 °C »

Une vis sans fin fait monter les copeaux de plastique dans le cœur de la machine. Chauffés autour de 165 °C, ils se muent en une pâte épaisse, écrasée entre deux matrices. « Il y a 108 tonnes de pression, assure Diogo, 26 ans, employé depuis un an. De la vapeur circule à l'intérieur des moules pour les faire monter à plus de 200 °C. Cela rend le PVC liquide. Puis la vapeur est remplacée par de l'eau froide, qui fige le disque. » Durant l'opération, des cercles de papier, les « macarons », sont thermocollés au centre du 33 tours. Une lame vient ensuite ébavurer l'objet : elle coupe les bords pour supprimer le plastique en trop. Enfin, le disque sera glissé, à la main, dans sa pochette cartonnée. L'occasion pour l'équipe de jeter un dernier coup d'œil sur chaque face, afin de repérer d'éventuels accros sur les microsillons.

« LES DISQUES, C'EST POUR ÉCOUTER, PAS POUR DÉCORER »

Simon Garcia, patron de Garcia & Co



Afin d'obtenir le parfait vinyle, macaron central compris (3), deux éléments se révèlent essentiels : la matrice, un moule en nickel marqué de sillons (5), et des copeaux de plastique noir (4).



Quand il se lance, en 2020, Simon Garcia travaille avec un premier ami et produit de très petites séries – quelques centaines de pièces à chaque fois – pour des groupes locaux. Au bout de deux ans, il est épuisé. Son associé, rattrapé par de graves problèmes de santé, a dû le laisser continuer seul. Surtout, le fonds de trésorerie est à sec. Simon, désorganisé, ne s'en sort pas. Il s'ouvre de ses soucis à La Cave des sardines, le bar qui sert de QG aux footers du coin. Et tombe sur Guillaume Largillier. Fine moustache, ce serial entrepreneur de 47 ans en a passé vingt à monter des start-up à Bordeaux avant que son besoin de campagne l'attire à Marciac, 200 kilomètres plus au sud. Il ne connaît rien à l'industrie musicale, mais sait organiser une entreprise, et gérer clients, fournisseurs et plannings.

Les patrons envisagent de produire 300 000 disques par an d'ici à 2027

Début 2023, les deux hommes, désormais associés, ont un plan : laisser de côté les chanteurs locaux qui s'auto-produisent pour démarcher des labels indépendants. Il y a une place à prendre. « Avec la hausse des ventes de vinyles, les majors monopolisent les gros presseurs européens, et les petits acteurs du secteur ne peuvent mener leurs projets à bien dans des délais rapides », analyse Guillaume Largillier. Mais, pour relancer l'entreprise, il faut de l'argent frais. Le festival Jazz in Marciac va fournir la solution. Pendant l'édition 2023, Simon et Guillaume organisent des portes ouvertes. Ils montrent le pressage aux visiteurs, leur font écouter leurs productions et leur proposent d'investir dans l'entreprise. Quarante personnes, convaincues, vont apporter au total 160 000 euros. « C'est une dette convertible, précise Guillaume. Au bout d'un certain temps, soit on les rembourse, soit ils obtiennent des actions au capital. » Souple, rapide, offrant un haut niveau de qualité, Garcia & Co est reparti sur un bon tempo et travaille aujourd'hui avec une vingtaine de labels spécialisés qui

s'adressent à un public exigeant. The Lost Recordings, par exemple, restaure des archives pour sortir des enregistrements inédits d'Ella Fitzgerald ou Duke Ellington. Sam Records réédite à l'identique des disques de jazz enregistrés en France dans les années 1950 et 1960, avec la qualité sonore et la pochette de l'époque. Au catalogue : Miles Davis, Chet Baker ou Sacha Distel, alors guitariste dans des boîtes de Saint-Germain-des-Prés. Il y a aussi Baco Records, qui s'intéresse au reggae, ou le suisse Bongo Joe, qui explore des terres musicales expérimentales, où se mêlent électro radicale et chants africains. À chaque fois, la PME de Marciac sort entre 1 000 et 3 000 disques, parfois plus. Pour certains labels, elle se charge même de la distribution, expédiant directement les nouveautés chez les particuliers qui les ont précommandés. Et le bouche-à-oreille fonctionne. L'atelier a été repéré pour la qualité de son travail. « On est sollicités par des labels étrangers : grecs, américains ou sud-coréens ! » s'étonne Guillaume Largillier. De quoi aborder sereinement l'avenir. Les patrons envisagent de doubler leur production, pour atteindre 300 000 vinyles par an d'ici à 2027. Il faudrait ajouter une seconde presse. Mais pas question de se précipiter, ni de trop se développer. « Nous voulons maintenir la qualité », répètent Simon et Guillaume. Une qualité « made in Marciac ». ■