

# PRODUCTION

## Comment séduire un producteur ?

Alors que les maisons de disque signent moins d'artistes, ces derniers ont-ils plus de difficulté à trouver des producteurs pour leurs concerts ?



Geneviève Girard, gérante d'Azimuth Productions  
«L'artiste doit être très bon sur scène et structuré, avec un manager.»

**D**epuis la crise de la musique enregistrée, les labels indépendants, l'autoproduction, la diffusion et la promotion en ligne se sont développés. Le rôle des producteurs de spectacles a lui aussi évolué. Samuel Capus, directeur des tournées de Bleu Citron, analyse : «*Les maisons de disque étaient auparavant plus dénichieuses de nouveaux talents, rôle qui est désormais davantage le nôtre. Nous sommes énormément sollicités par des artistes ou leurs agents, bien moins par des labels. Pourtant, les maisons de disques sont le meilleur filtre, car c'est le seul corps de métier – avec l'édition musicale – qui possède des directeurs artistiques.*»

### Sans partenaires

Beaucoup d'artistes n'ont pas de maison de disques au moment où ils sollicitent des producteurs de spectacles. Geneviève Girard, patronne d'Azimuth Productions, lance : «*Les artistes nous en demandent beaucoup plus. Ils n'ont souvent pas de partenaires comme un éditeur, un label, un attaché de presse ou un manager. Nous devons donc les aider à renforcer leur environnement professionnel. En conséquence, nous faisons un peu moins de développement artistique et souvent en commençant sans partenaires.*» Azimuth a récemment signé Liev, une artiste de 17 ans, programmée aux Trans Musicales de Rennes 2016, qui n'avait qu'un manager. Avec à son actif un EP quatre titres et déjà quelques concerts. Le tourneur lui cherche un label et un éditeur. Sur le rôle de dénichéur des maisons de disque, Geneviève Girard est circonspecte : «*Souvent, le premier réflexe d'une maison de disque est de trouver un producteur de spectacles pour son artiste. Les directeurs artistiques ont un savoir-faire important, mais rares sont ceux qui nous ont fait découvrir des artistes.*» Labels

# / DIFFUSION

et producteurs de spectacles signent désormais moins d'artistes en développement. À ces derniers de faire leurs preuves.

## Actualité

Thierry Lecamp (ex-Europe 1) est manager de quatre artistes, dont Dani Terreur, pour lequel il cherche un label et un tourneur. *«Les éventuels partenaires souhaitent que l'on écrive d'abord l'histoire en indépendants au moment où l'on aurait le plus besoin d'eux. C'est un peu le serpent qui se mord la queue : un artiste qui n'a pas de label contacte un producteur de concerts, ce dernier va estimer qu'il n'a pas d'actualité discographique ni de moyens marketing pour défendre son projet, donc pas d'exposition médiatique. Difficile alors de convaincre des programmeurs de salles que l'artiste attirera du public.»* Avec sa société D Li K, Thierry Lecamp organise des concerts à Paris chaque mois pour Dani Terreur ou Yucca, afin que des producteurs de spectacles et programmeurs de lieux puissent les découvrir. Pour une artiste installée, comme Daphné, ne pas avoir d'actualité discographique pose moins problème. La jeune femme managée par Thierry Lecamp va entamer une tournée voix et harpe, sans album mais avec un tourneur.

## Pitch

Samuel Capus explique : *«Avec le repli des maisons de disque, plus besoin d'être à Paris pour repérer des groupes. Nous le faisons beaucoup via les réseaux sociaux, les tops iTunes ou Shazam. Guts ou 1995 ont été découverts ainsi.»* Thierry Lecamp est un peu amer par rapport aux producteurs de spectacles : *«La grande formule dans le métier est de ne pas répondre ou de se dire submergé. Alors que l'avis d'un professionnel pourrait faire tellement avancer les artistes.»*

À ces artistes, Samuel Capus conseille : *«Ils doivent avoir un pitch à mettre en avant, une spécificité facilement identifiable pour que nous ayons un argumentaire fort face aux programmeurs.»* Bleu Citron fait ainsi tourner Frankie Goes to Point-à-Pitre, estampillé surf-zouk-garage, un concept qui fait mouche. Geneviève Girard ajoute : *«Il faut être très très très bons sur scène, être structuré en ayant un manager. Les salles et festivals sont souvent un meilleur indicateur qu'un label.»* Le tourneur semble être devenu le Graal des artistes davantage que la maison de disques.

NICOLAS DAMBRE



Michel Vautrot, gérant de Blue Line Productions

## «Les maisons de disque sont encore influentes»

### Qu'est-ce que la crise du disque a changé pour les producteurs de spectacles ?

J'oserais une comparaison avec la Révolution française : la noblesse – arbitre des élégances et du bon goût – a officiellement perdu ses privilèges, mais cette classe perdure. Comme elle, les maisons de disque ont perdu de leur pouvoir. Mais elles ont tissé durant des années des réseaux qui subsistent encore avec les médias : l'attachée de presse d'Universal sera toujours considérée par Europe 1 ou Radio France. Malgré la crise, les maisons de disque existent encore et ouvrent les portes des médias. La crise n'a pas vraiment changé leur influence, mais elle fait que nous parlons davantage d'égal à égal avec elles. Nous finançons de plus en plus – avec ou sans elles – du marketing autour d'un artiste.

### Signez-vous des artistes qui n'ont pas de maison de disque ?

Oui, cela nous arrive si nous avons un gros coup de cœur. Mais en tenant un langage de vérité à l'artiste : s'il n'a pas d'album, il ne se passera pas grand-chose. La sortie d'un album en février rend plus facile la montée d'une tournée au printemps car un enregistrement permet l'espoir d'une existence médiatique qui va nous aider à faire venir du public et à convaincre directeurs et programmeurs de salles et de festivals d'acheter le spectacle. Donc notre priorité sera de vite trouver une maison de disques à un artiste qui n'en a pas. Nous nous posons la question de réactiver une activité de production discographique, mais nous préférons un partenaire dont c'est le métier. Aujourd'hui, beaucoup de maisons de disque créent leur activité de production de spectacles.

### Vaut-il mieux qu'un artiste ou un manager contacte un tourneur ?

Je suis plus sensible au contact par un manager. Cela signifie que l'artiste est capable de déléguer pour se consacrer à sa création, tout en restant impliqué dans son projet, je l'espère. Nous avons besoin des managers, tout comme des éditeurs, qui peuvent participer à l'impulsion d'un démarrage de carrière, en favorisant l'enregistrement d'une maquette... ou la signature avec une maison de disque.