

ARTISTES: POURQUOI VOUS N'AVEZ PAS (ENCORE) SIGNÉ

LE 10 MARS 2011 MARTIN FRASCOGNA

Signer un contrat avec un label est souvent le graal de l'artiste. Cependant, tout le monde n'y parvient pas. C'est votre cas ? Il y a sans doute une raison à cela.

Nous apprécions particulièrement le point de vue d'avocat de l'Américain Martin Frascogna, que l'on ne rencontre pas souvent en France et pour cause : il existe peu d'avocats spécialisés dans les domaines de la culture et l'entertainment. Nous avons des avocats spécialisés en droit de la propriété intellectuelle mais peu qui gèrent les affaires de nos artistes. Le texte qui suit ne peut donc pas s'appliquer totalement au schéma français mais les conseils sont bons à prendre et peut-être trouverez-vous un acteur assez efficace pour faire office d'avocat à l'Américaine ;)

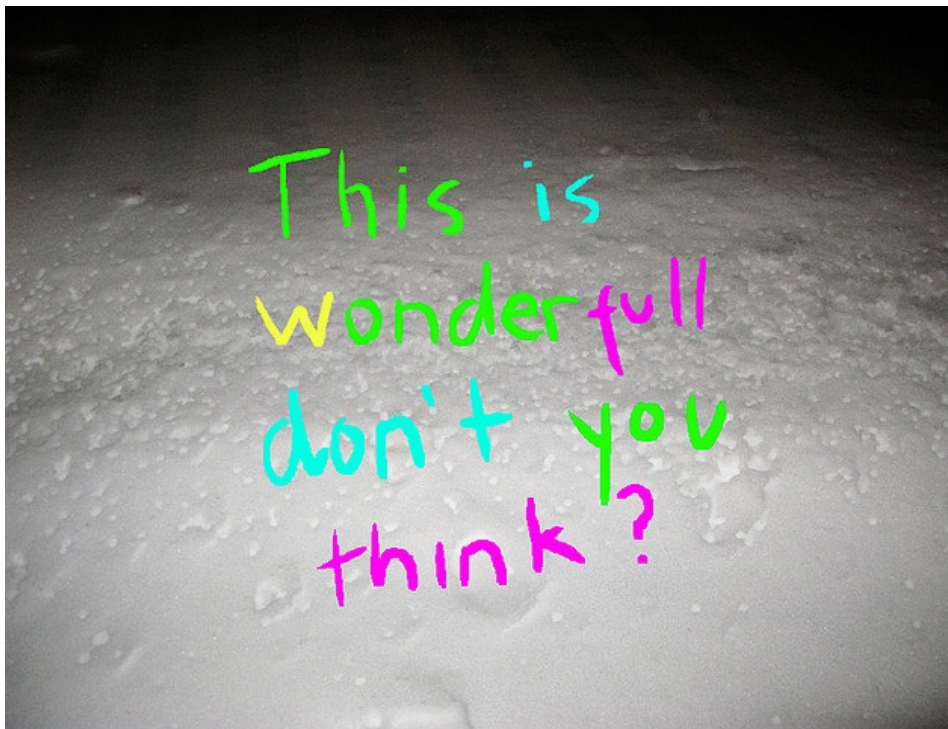
En tant qu'avocat de l'entertainment, mon travail est simple : aider les musiciens. Le fait d'aider signifie parfois qu'il faille révéler des vérités plutôt amères. Certains groupes mesurent leur succès selon s'ils sont signés sur un label ou non. Ceci est iréaliste. Etre signé ou pas ne signifie pas grand chose en réalité, malheureusement, beaucoup d'artistes pensent que leur échec est du à l'absence de soutien de leur label.

Au lieu de ressasser sans cesse leur mécontentement, les groupes doivent comprendre la dure réalité des choses : si un label ne le signe pas, c'est qu'il a de bonnes raisons. Ce sont ces raisons que les artistes doivent comprendre, analyser et appliquer afin de faire évoluer leur carrière. La pire des choses à faire (et pourtant la plus répandue), c'est de rendre responsable son entourage professionnel. "Si seulement mon manager avait fait ci...si seulement notre tourneur nous avait trouvé des dates plus importantes, ect..." C'est faux.

Ecoutez ce que les dirigeants de label ont à vous dire. Aimez-les ou detestez-les, que vous ayez été signé ou rejeté, ils font du conseil gratuit quand ils parlent. Ce sont des businessmen, ils comprennent le marché, et qu'importe si vous souhaitez avancer en tant qu'indé ou avec un label, vous resterez toujours votre propre "business". Les sociétés doivent générer des revenus afin de survivre. Acceptez la critique. Pour les musiciens qui n'ont pas eu à faire à des dirigeants de labels, pas de soucis, soyez attentif. Voici cinq raisons pour lesquelles vous n'êtes pas signés. Utilisez ces conseils afin de faire progresser votre carrière ou même contourner les labels.

1. Votre groupe n'a rien d'extraordinaire

Aujourd'hui, tout le monde sait que la musique seule ne suffit pas pour être signé. La musique est en fait le point qui compte le moins pour être signé. Les labels sont à la recherche du point l'accroche unique, une accroche qui servira la mise en valeur du groupe. Plus encore, les labels recherchent des choses qu'ils n'ont pas déjà. Les groupes ont besoin de démontrer qu'ils ont percé dans une niche du marché à laquelle les labels n'ont pas encore accès. Montrez que vous avez séduit une niche et les labels sauront reconnaître que vous êtes celui qui leur en ouvrira ses portes. Si vous ne représentez pas une communauté, vous faites partie de la même catégorie que les milliers de groupes qui font la queue devant les portes des labels et qui attendent que vous sortiez du rang.



2. Vous n'avez pas la bonne attitude

Ne sous-estimez pas les conséquences qu'une bonne attitude peut avoir. Les labels s'impliquent dans une relation de business avec les artistes et la dernière chose dont ils ont envie c'est de faire des affaires avec un groupe pour qui être signé va de soi et qui plus est est arrogant. Vous ne trouverez jamais une industrie qui veuille faire des affaires avec un emmerdeur. Souvent, les groupes entrent en phase de négociation avec l'attitude suivante : "qu'est que vous allez bien pouvoir faire pour moi". Faux. Afin de se défendre, ces mêmes artistes prétendent que c'est ainsi que les affaires se font. A la place, laissez votre avocat (ou représentant) négocier pour vous. C'est leur travail, ils ont des tactiques subtiles de négociation et savent sur quel point faire pression.

3. L'argent ne coule pas à flot

Contrairement à ce qui se dit, les labels n'ont pas d'argent. Il n'y a qu'un pourcentage très faible d'entre eux qui est en position de signer de nouveaux projets. En plus de cette information déprimante, il y a encore moins de labels de qualité dont la légitimité est confirmée. Les artistes ne devraient signer qu'avec des labels (a) ayant une légitimité, (b) qui ont de l'argent pour le développement, (c) et qui ont un système de distribution établi.

4. L'importance du timing

Certains groupes ne sont tout simplement pas signés pour une histoire de timing. Vous avez beau avoir une offre en place, un bon système de livraison, une musique unique, et une niche solide sur laquelle vous pouvez compter, mais le label vous dit "non" quand même. Si ce label vous dit que ce n'est pas le bon moment, ils vous disent la vérité. Les cycles de l'industrie de la musique constituent un point important pour vendre et faire émerger un artiste. Si vous ne tombez pas au bon moment en termes de demande et de succès d'un genre, soyez patient, la tendance va tourner et tournera sûrement en votre faveur. A ce moment là, restez au top, soyez attentifs et approchez le label quand le timing est adéquat.



5. Trouvez-vous un bon VRP

Les groupes sont rarement signés et pour ce qui est de la direction artistique, elle est morte ou du moins, elle n'a plus d'influence. A moins qu'un label vous approche, ce qui est très rare, les labels entendent parler de musiciens via les avocats (ou intermédiaires). Les avocats de l'entertainment savent comment élaborer des propositions et plus encore, ils savent travailler avec les dirigeants de labels au quotidien. Ils savent quels labels ont de l'argent, lesquels signent, et qui ils sont susceptibles de signer. Votre avocat devrait être celui qui vous représente à chaque étape et à tous les niveaux, en indé ou en major. Mettez-les en avant et utilisez les afin qu'ils évoluent à vos côtés tout au long de votre carrière.

—

Article initialement publié sur Music Globalization et traduit par Lara Beswick.

Crédits photos : CC Flickr **Scott Ableman**, **carolina naftali**, **leafar**

GWENDAL BARS

le 10 mars 2011 - 18:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



En fait, Martin Frascogna est manager (dans le contexte FR, j'entends), avec peut-être une dimension juridique un poil plus poussée mais j'ai même pas l'impression quand je le lis.

Pourquoi ne pas avoir expliqué ça ? Ca rendrait l'article plus clair pour ceux qui ne fréquentent pas souvent les professionnels du secteur...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ADMINOWNIMUSIC

le 10 mars 2011 - 19:43 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Nous ne pouvons pas suggérer à nos lecteurs qu'un avocat Américain est l'équivalent d'un manager en France. Si Martin Frascogna exerçait en France, il resterait avocat. Si la comparaison semble appropriée, ces deux métiers restent

différents et par conséquent, il serait à notre avis faux de dire qu'un manager a la même démarche et les mêmes connaissances qu'un avocat.

La question serait plutôt de savoir pourquoi, les avocats spécialisés en la matière sont peu nombreux en France? Nous avons posé la question à Martin Frascogna et sa réponse donnera lieu à un article très prochainement.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DOM

le 19 mars 2011 - 8:02 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Ce sont surtout les cinq raisons qui ont détruits le marché du disque, surtout l'incapacité des majors et des labels à sortir voir ce qui se passe dans les salles de concert.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE