

# ATTENTION BON PLAN CLIP : FLUIDRIVER

LE 9 FÉVRIER 2011 OWNI MUSIC

**FluidRiver propose une solution simple, économique et de qualité pour créer des clip toujours plus originaux. Sebastien Gilles nous parle de son bébé déjà grand.**

Sebastien Gilles a un sacré parcours dont il nous parlera ci-dessous. Il a fondé **FluidRiver** en 2009. Une plateforme qui fait le liens entre les secteurs de la musique et les cinéastes. Issu d'un monde étranger à la musique, nous l'avons rencontré pour qu'il nous fasse part de ses observations et nous résume l'état actuel de sa société.

## Quel est ton parcours professionnel ? Comment en es-tu arrivé à travailler avec le monde musical ?

J'ai un profil plutôt atypique pour le monde musical, avec un parcours d'ingénieur, de chercheur puis d'entrepreneur en nouvelles technologies, venu sur le tas à la musique par passion.

Après des études d'ingénieur à l'**ENSTA**, j'ai fait une thèse à l'université d'Oxford en vision artificielle. Je m'intéressais à la manière de "faire voir" les machines, mon univers était celui des images. De retour en France, j'ai rejoint un institut de recherche, l'**INRIA** avant de fonder une startup en reconnaissance d'images avec d'autres chercheurs, **LTU Technologies**. Je suis passé du statut de chercheur à celui d'entrepreneur et j'ai été le directeur scientifique de LTU pendant 9 ans. En 2005, nous avons été rachetés par un groupe Japonais et en 2008 j'ai quitté la société.

Les années 2000-2008 m'ont donné le goût d'entreprendre, c'est-à-dire de partir d'une idée et de la réaliser. Et j'avais bien l'intention de me relancer dans un nouveau projet, avec cette fois-ci la possibilité d'y associer une dimension artistique.



Il s'est trouvé que pendant que je réfléchissais à des idées de projets, j'ai découvert toute une scène underground à Paris, organisée autour de squats artistiques éphémères où se déroulent lectures, performances audiovisuelles et concerts, le tout dans un esprit incroyable de liberté de création, hors de tout cadre officiel. J'ai rencontré beaucoup d'artistes dans ces squats -des musiciens, des vidéastes, des VJs (Visual Jockeys) ou des artistes qui explorent le "net-art".

L'apport de la vidéo à la musique m'est apparu essentiel, à la fois pour des raisons esthétiques et artistiques, mais aussi pour des raisons de circulation de l'oeuvre auprès du public et donc de sa promotion sur les réseaux. Par exemple, un lien vidéo voyage plus vite

et plus loin qu'un lien musical sur le réseau, parce que le taux de partage entre internautes est statistiquement plus élevé. La raison en est que les images qui accompagnent un lien partagé sur Facebook agissent comme un aimant pour nos yeux : nous sommes attirés sans même le vouloir. Un lien textuel n'a pas le même effet.



***Lire demande toujours un effort, alors que voir n'en nécessite pas. Un lien vers un clip est donc un véhicule puissant de découverte, de partage et de circulation d'un morceau musical sur la Toile.***



Avant, un clip était un moyen pour les artistes d'accéder au média "télévision". C'était un investissement lourd et son coût le mettait hors de portée d'une majorité d'artistes, il était donc souvent réservé à une élite. Aujourd'hui, l'audience ne se trouve plus en télévision mais sur Internet. On y diffuse une vidéo gratuitement, mondialement et sans limitation de temps et c'est à la portée de tout le monde.

Quant à la révolution numérique dans l'audiovisuel de ces 20 dernières années, elle a eu pour effet de mettre des outils professionnels dans les mains de l'amateur. Caméras HD, disque dur portables, logiciels complets de post-production, tous ces outils sont aujourd'hui démocratisés. C'est le même phénomène qu'en musique avec la révolution des home studios.

Au final, on voit bien que la technologie et les outils sont là, disponibles, accessibles à tous. En d'autres termes, ce n'est plus l'outil qui différencie le professionnel de l'amateur dans la production audiovisuelle, mais le savoir-faire, le talent et la sensibilité. Donc la seule chose qui manquait pour permettre à chaque artiste d'avoir une chance d'accéder au clip, c'était de pouvoir faire découvrir sa musique et entrer en contact avec des vidéastes. Et l'idée de créer un réseau de musiciens et de vidéastes pour provoquer des rencontres artistiques et faire des clips a germé : **FluidRiver** était né.

### **Quel est le concept de FluidRiver ? A quelles problématiques cela répond-t-il ?**

FluidRiver est un réseau de réalisateurs et de musiciens. Le but : faire des clips différemment, pour changer l'image de la musique. Pour les labels, c'est une nouvelle manière de travailler le clip, en accédant à un vaste réseau de réalisateurs professionnels, souvent jeunes, créatifs et innovants.



***Plutôt que de choisir un réalisateur uniquement sur ses références -ce qui privilégie les réalisateurs déjà établis, avec un risque évident et avéré d'uniformisation visuelle, le principe est de retenir un réalisateur pour ses idées.***



FluidRiver étant bien entendu garant d'une qualité en ayant sélectionné les réalisateurs en amont.

Avec sa forte culture de l'image et du cinéma, ses nombreuses formations et écoles d'audiovisuel, la France est un vivier de talents créatifs dans le domaine de l'image. Grâce à FluidRiver, les labels ont un accès direct et simplifié à cette source de talents, tandis que certains réalisateurs reçoivent des appels d'offre de clips auxquels ils n'auraient jamais eu accès seuls.



Pour les artistes et réalisateurs amateurs, FluidRiver est un réseau où l'on se rencontre, gratuitement. Lorsqu'on est un groupe amateur, on n'a pas forcément autour de soi un ami vidéaste, prêt à réaliser même un petit clip. Grâce à FluidRiver, on peut faire écouter sa musique et nouer des contacts avec des réalisateurs du monde entier. Inversement, beaucoup de jeunes réalisateurs veulent développer leur bande-démo, mais manquent de projets intéressants. FluidRiver est pour eux l'occasion d'accéder à un vaste choix de musique.

### Comment ça marche? Y a t il une sélection pour participer?

FluidRiver est ouvert à tous, musiciens comme réalisateurs. Chacun est libre de s'inscrire, créer un profil, y diffuser morceaux, images et vidéos et entrer en contact avec d'autres membres.

Côté amateur, ça marche de manière assez simple : un musicien crée un projet de clip, qui est une page permettant d'écouter le morceau avec un petit brief succinct. Les réalisateurs écoutent ainsi les morceaux et, à la manière de Facebook, peuvent faire une demande de contact au musicien. Si un clip naît à la suite de cette rencontre, les deux artistes ont la possibilité de signer électroniquement « l'autorisation croisée », qui est un contrat qui attribue la paternité conjointe du clip aux deux artistes, les protège l'un l'autre et les autorise à procéder à sa diffusion libre et gratuite, notamment sur FluidRiver. C'est une sorte de PACS vidéo-musical. Les artistes sont bien sûr libres de ne pas utiliser cette licence et de collaborer comme bon leur semble.

Concernant les réalisateurs professionnels, je procède à une sélection en amont, en privilégiant une approche esthétique originale, une prise de risque artistique. Ces réalisateurs recevront alors gratuitement les appels d'offre, libre à eux d'y participer ou pas. Chacun conserve donc sa liberté. Je référence aussi directement des sociétés de production audiovisuelle, qui elles-mêmes ont plusieurs réalisateurs.

Pour les labels qui recherchent un réalisateur, j'interviens directement et personnellement en rencontrant les artistes, le label, le manager. J'écoute ce qu'ils me disent, leurs attentes en terme d'image, et je rédige un brief artistique à destination des réalisateurs professionnels. Ce brief comprend notamment un budget fixe (la compétition entre réalisateurs n'est donc pas financière) et toutes les informations nécessaires pour poser sa candidature. Quinze jours ou trois semaines plus tard, le label reçoit plusieurs propositions de scénario, accompagnés d'une note d'intention, de références visuelles, etc.



***Il n'est pas rare sur un appel d'offre FluidRiver d'avoir une dizaine ou une quinzaine de propositions de réalisateurs, toutes rentrant dans une enveloppe budgétaire fixée en amont. Ceci serait simplement impossible à faire en label, à moins qu'un chargé de projet***

***y passe plusieurs semaines à temps complet.***



### **Quel est votre modèle économique?**

FluidRiver est ce qu'on appelle un service « freemium » : le service est payant pour un usage professionnel et gratuit pour un usage amateur.

Sur un appel d'offre de clip professionnel, FluidRiver perçoit une commission de 10% sur le budget de production du clip si un réalisateur est retenu. Dans le cas contraire, et si au moins 5 propositions de scénario ont été fournies par FluidRiver, une somme forfaitaire de 200€ sera demandée au label. Ceci permet de proposer une offre très attractive, sans risque, à tous les labels.

FluidRiver a aussi été sollicité pour des films publicitaires et ça c'était une vraie surprise pour moi. Je me suis rendu compte que le réseau de réalisateurs professionnels que j'avais créé commençait à avoir une valeur pour le monde de la publicité. La raison en est simple : les agences Web, dont le métier de base est de réaliser un site Web, proposent de plus en plus de contenus vidéos créatifs aux marques, que ce soit pour habiller des sites Web ou dans le cadre de campagnes publicitaires sur Internet. Les agences web ou marketing qui cherchent des réalisateurs ont avec FluidRiver un outil puissant pour accompagner leurs projets. Ainsi, FluidRiver a placé deux réalisateurs pour un habillage vidéo de site pour Evian (avec l'agence Plan-Net) et un film d'animation promotionnel pour Ecofolio (avec WordsOff et l'agence Ligaris).

### **Quelles sont vos ambitions à court et long terme pour FluidRiver?**

Depuis sa création en octobre 2009, FluidRiver a réalisé plus d'une dizaine de clips professionnels, dont plusieurs ont été diffusés sur MTV, M6, etc. C'est peu et beaucoup à la fois, surtout quand on part de zéro! Les clips FluidRiver ont été vus par plus de 2 millions de personnes sur Internet (YouTube ou Dailymotion), nous avons travaillé pour des artistes prestigieux comme Vitalic et deux clips FluidRiver faisaient partie des trente nominés pour projection sur écran géant à Rock En Seine. Mes toutes premières ambitions ont donc largement été dépassées.

Aujourd'hui la priorité reste de développer le réseau des réalisateurs et d'augmenter le

nombre de projets de clips. FluidRiver est virtuellement le plus gros réseau de réalisateurs professionnels en France, nous sommes donc loin d'avoir atteint notre vitesse de croisière. Mes efforts vont donc aller vers les labels, major ou indés. Je pense aussi aux agences web ou marketing car de nombreux projets de vidéos virales fleurissent dans ce domaine, et les budgets sont plus importants qu'en clip. Concernant le service gratuit aux amateurs, mon ambition est aussi de le développer, d'élargir la base des groupes et vidéastes, en France et à l'étranger. J'aime l'idée d'un joyeux melting-pot vidéo-musical, de ce bouillon de culture où les gens peuvent se rencontrer pour faire des images atypiques. C'est le "off" de FluidRiver, son côté laboratoire audiovisuel.

Je continue aussi une série de portraits de réalisateurs de clips, renvoyant la lumière à ceux qui la posent sur les artistes. Ils ont toujours un regard très intéressant sur les arts audiovisuels et la musique, vu du côté du réalisateur de clip. Les portraits sont visibles sur le **blog de Fluidriver**.

### Que penses-tu de l'avenir du clip? Des chaînes de télévisions spécialisées musique ?

Je pense que le clip est à un tournant de sa vie. Depuis les Scopitones du début des années 60, à la création de MTV en 1980, jusqu'au tsunami YouTube, on voit que son importance dans la vie musicale n'a fait que croître. Le clip est le type de contenu le plus recherché sur YouTube, et le plus partagé sur Facebook.

Le clip est un lieu d'expérimentation audiovisuel, où naissent de nouvelles techniques et façons de filmer, qui sont ensuite utilisées en pub ou en long-métrages. C'est aussi un miroir de la société, on y retrouve les doutes, les sujets et les préoccupations du moment, ainsi que toutes les tendances de look, de style, d'accessoires actuels. Le clip puise son inspiration dans le design, l'architecture, la mode, la photographie, le cinéma et la musique : c'est un sport complet!

Pourtant, le clip est un peu le parent pauvre de la musique et de l'audiovisuel. Dans les labels, on s'en soucie généralement au dernier moment, et un peu dans l'urgence. On réserve peu de ressources pour le clip, c'est dommage car on risque de se priver d'un beau réservoir de visibilité. Du côté de l'audiovisuel, la voie royale pour un réalisateur est à peu près celle-ci : le clip, la pub, le court-métrage et le long-métrage. Le clip est donc un objet audiovisuel étrange, aux contours mal définis, mais d'un impact terrible lorsqu'il fait mouche, tant pour l'artiste que pour le réalisateur.

J'essaye aussi de promouvoir une approche originale du clip auprès des labels. Par exemple, récemment nous avons travaillé avec les **Dinner At The Thompson's**. Le **label Bonne Pioche** envisageait un seul clip pour la sortie de l'album, et je leur ai proposé d'en faire deux, enchaînés comme des épisodes.



***Plus riche créativement, plus original pour les fans, c'est aussi un moyen de mutualiser des moyens de production et de travailler une sortie d'album différemment.***



Le plan média classique en label a une forme de pic resserré. Tout est concentré sur un seul instant : la sortie de l'album. Télé, radio, presse, internet... tous les efforts humains et financiers du projet sont engloutis à ce moment de la vie de l'album afin de bénéficier d'une exposition très forte mais très courte. Si après deux ou trois mois, les ventes de l'album sont décevantes, on ne travaille plus l'album, on arrête, c'est perdu. Alors qu'un album c'est plusieurs mois de travail... Au contraire, en prévoyant dès le début un premier clip pour accompagner la sortie de l'album et un second quelques mois plus tard, lié au premier d'une certaine manière, on travaille l'image du groupe et de l'album de manière plus puissante. On peut raconter une histoire, et donc attirer à nouveau l'attention des médias et du public sur le groupe.





***Cette approche en épisodes vidéo est à mon avis l'avenir du clip. Il faut s'imaginer que sur un réseau social comme Facebook, Twitter ou MySpace, un internaute voit défiler devant ses yeux des centaines de liens, de photos, de textes chaque jour et ce nombre ne cesse d'augmenter.***



Confronté à ce "buffet à volonté" croissant d'informations, l'internaute réalise qu'il ne pourra pas tout voir car une journée n'aura toujours que 24h. Le paradoxe est donc que l'internaute passe une partie de plus en plus importante de son temps à ignorer des informations, à devoir faire des choix, filtrer et trier. Sachant ça, un artiste doit utiliser les réseaux sociaux avec intelligence et tout faire pour créer du sens autour de son oeuvre. Créer du sens, c'est se distinguer dans un réseau dominé par le bruit blanc créé par les autres. C'est aussi créer un lien entre des morceaux, un entre-deux. En ce sens, l'approche du clip en épisodes vidéo que j'évoque est un moyen de créer du sens, en liant deux morceaux et en créant quelque chose de nouveau entre les deux : une histoire.



### Quels sont les obstacles que vous rencontrez ?

Je dois dire qu'ils ne manquent pas... Pour résumer, créer une start-up dans le monde de la musique aujourd'hui est un pari hyper-risqué, voire suicidaire! Lorsqu'en plus on apporte une innovation comme FluidRiver et qu'on ne vient pas du monde de la musique, les difficultés explosent.

D'un côté le monde de la musique est en crise suite à l'effondrement des ventes de disques depuis 10 ans. De l'autre le monde du cinéma et de l'audiovisuel peine aussi à vivre -même si la France offre un soutien à la production énorme, notamment par le biais du CNC. Se positionner entre les deux, en intermédiaire, ne peut donc s'envisager que si le service proposé apporte vraiment quelque chose aux deux parties. En ce sens, FluidRiver a sû amener des labels et des réalisateurs qui ne se connaissaient pas à travailler ensemble pour la satisfaction de tout le monde, et de l'artiste en premier lieu.

Toujours du côté des obstacles, je note que le monde de la musique est difficile d'accès surtout lorsqu'on n'en vient pas. La culture de la cooptation, de la recommandation et du réseau est reine, beaucoup plus que dans d'autres milieux. Il est donc dur de se frayer un chemin, d'amener les gens à vous prêter attention et à vous faire confiance. Mais il faut savoir s'adapter, dé-sapprendre une manière de travailler pour en ré-apprendre une autre. C'est ce que j'ai fait en passant du monde du logiciel à celui de la musique, j'ai délibérément quitté ma zone de confort pour partir à la rencontre d'un monde nouveau.

Enfin, il y a la question du temps. En label, directeurs artistiques et chargés de projet sont globalement débordés, devant faire toujours plus avec moins de moyens.



***Faute de temps, beaucoup ne répondent donc tout simplement pas à des demandes de contact, même répétées, car vous n'êtes pas une priorité dans une foule de contraintes qui affluent de toutes parts. Le paradoxe est que FluidRiver est précisément un service qui fait gagner un temps précieux aux directeurs artistiques et aux chargés de projets. Ce devrait donc être une priorité !***



## Quelle utilisation faites vous des Creative Commons ?

Dès le début, FluidRiver a été conçu pour apporter une réponse globale aux artistes, qu'ils travaillent en Copyright ou en Creative Commons. Il était important pour moi d'apporter un cadre juridique clair et transparent aux artistes leur permettant de travailler ensemble sans risque sur des oeuvres à deux auteurs.

Avec FluidRiver, les musiciens qui travaillent en Creative Commons disposent des mêmes possibilités que ceux travaillant en Copyright (typiquement les artistes SACEM). Ils peuvent faire écouter leur oeuvre en précisant qu'elle est sous Creative Commons et peuvent entrer en contact avec des réalisateurs qui eux aussi font le choix de travailler en Creative Commons sur un clip.

Nous utilisons donc Creative Commons particulièrement par rapport à son mécanisme d'oeuvre dite "dérivée" car un clip est une oeuvre dérivée d'un morceau. Si ce morceau est sous licence Creative Commons, le musicien l'indique et le clip qui en découlera sera automatiquement sous Creative Commons, c'est la beauté intellectuelle des Creative Commons. Ce mécanisme simplifie fortement la collaboration entre artistes.

A la base, les Creative Commons sont un contrat de droit qui dit ce qu'il est possible et ce qu'il n'est pas possible de faire en terme d'exploitation d'une oeuvre. Mais elles ne disent pas comment faire. Par exemple, comment s'y prendre concrètement lorsque l'on est musicien en Creative Commons et que l'on cherche à réaliser un clip en restant dans le cadre des Creative Commons? FluidRiver répond à cette question, apporte un mécanisme concret d'interaction propice à la collaboration entre deux artistes. C'est le seul site au monde à le proposer. FluidRiver peut donc être vu comme un exemple de réalisation concrète des Creative Commons dans sa partie collaborative.

## De quoi es-tu le plus fier dans l'histoire de FluidRiver ?

Je crois que c'est ce que m'a dit un jour Nassim Maoui, un réalisateur qui venait de remporter un appel d'offre pour un clip de **Beat Assailant** avec **Discograph** (et ASM en production), que j'avais décroché peu de temps avant. Nous ne nous étions jamais rencontrés, j'avais juste vu sa bande-démo et sa proposition de clip, celle qui avait été retenue.

Monté de Marseille pour tourner le clip à Paris, il m'a expliqué que depuis des années, comme beaucoup de réalisateurs, il proposait spontanément des idées de clips aux labels et que rarement il avait eu un retour. Et là, il venait tout simplement de décrocher le clip d'un artiste qu'il adorait. Il était aux anges!

Le clip, petit bijou de graphisme, a révélé un réalisateur bourré de talent (ainsi que son complice Christophe Menz) et a immédiatement fait le tour du Web, jusqu'à sa nomination parmi les trente clips proposés à la projection sur écran géant à Rock en Seine. Je ne sais pas si j'ai ressenti de la fierté, mais la joie était là, le concept FluidRiver commençait vraiment à m'étonner !

—

Interview réalisée par OWNImusic

Photos CC flickr : [julespajot](#); [villehoo](#); [David Torcivia](#)

### STEVEN

le 28 novembre 2011 - 21:05 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*bonsoir, je me nomme steven et je suis un realisateur de nationalité togolais .  
j'aime ce que tu fais et j'aimerais apprendre plus de chose à la realisation avec vous ; si  
vous le permetez . mon contacte ksebio@live.fr*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### 1 ping

Tweets that mention Attention bon plan clip : FluidRiver » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 9 février 2011 - 19:13

*[...] This post was mentioned on Twitter by FluidRiver, lara beswick and plusoumoinsanonymes, OWNImusic. OWNImusic said: Attention bon plan clip : FluidRiver <http://t.co/y6ZMeky> via @ownimusic [...]*