

[INTERVIEW] LA BELLE DÉCENNIE DE RECORD MAKERS

LE 21 OCTOBRE 2010 OLIVIER TESQUET

Olivier Tesquet a rencontré les fondateurs de Record Makers pour un échange passionnant sur ce qui fait l'essence du célèbre label parisien, qui fête cette année ses dix ans.

Cette année, le label fondé par **Marc Teissier du Cros** et **Stéphane Elfassi** fête ses dix ans. En l'espace d'une décennie, la doublette la plus pointue du paysage indépendant hexagonal nous a offert – entre autres – Sébastien Tellier et Turzi, John Carpenter et Arpanet, de la pop glycémique et du krautrock tricolore, de la Detroit techno et un vestige dystopique.

Créé au moment précis où l'industrie du disque a commencé à s'effondrer sous l'effet de son propre poids, manager déçu de Air, Record Makers est toujours là, solidement cramponné à ses certitudes. Une centaine de sorties plus tard, ils travaillent toujours dans le XVIII^e arrondissement, ils sont toujours trois, et ils embrassent désormais le web en fourmillant d'idées. Retour sur une success story frappée du sceau de l'instinct.



“Les artistes sont leurs propres chefs et on joue les relais”

Quel effet ça fait de fêter ses 10 ans, ce qui représente un âge quasi-canonique dans le petit monde des labels indépendants français?

Stéphane Elfassi : Comme on s'est réveillés un beau matin en réalisant qu'on était en 2010, c'est un moyen de recentrer l'histoire. C'est déjà l'occasion de faire le point sur tout ce qu'on a fait. On a monté beaucoup de projets avec des artistes qui ont été associés à d'autres labels, comme Kavinsky avec Ed Banger pour citer un exemple récent. Souvent, les gens viennent nous voir en nous disant “ah bon, Tellier, il est pas sur une major?”

C'est le prix à payer quand on décide pas vouloir signer de contrat d'exclusivité ?

Marc Teissier du Cros : Quand on a commencé, on a signé une licence avec Virgin. On était un label indépendant qui faisait de la distribution. Ça nous a coûté du temps et de l'énergie pour sortir de ce schéma, mais on était déterminés. Il y a eu un déclic. Un beau matin, on a eu *La Ritournelle* de Tellier entre les mains. On était engagés avec une major, et ils étaient d'accord pour financer un clip. Dès qu'on a eu le morceau, on savait que c'était important, et on a su d'emblée que ce serait le fondement de notre label. C'est aussi à partir de ce moment-là qu'on a développé une sorte d'allergie vis-à-vis de la notion d'exclusivité. On sort de la musique avec une force intrinsèque, et imaginer que l'histoire d'un morceau, son évolution, soit entre les mains de quelqu'un qui ne comprend ni les artistes, ni l'envers du

décor, c'est assez insupportable. On est trois permanents, on travaille comme des chiens, et on tient à cette indépendance. On n'a pas un patrimoine à dilapider, les artistes sont leurs propres chefs et on joue les relais.

Vous êtes quand même un cas à part parmi les labels indépendants, les seuls à fonctionner de manière autarcique vis-à-vis du système. Quel bilan vous tirez de cette décennie ?

Stéphane Elfassi : On a commencé à une période où le marché se portait bien, et quand on a monté Record Makers, on n'a pas senti le début de la crise générale de la musique, et que c'était le début de la fin. Pour la faire courte, on s'est lancés au pire moment. En dix ans, on a été des témoins privilégiés de l'effondrement du marché. Sur le label lui-même, c'est difficile de tirer un bilan, je crois qu'on en parlera dans notre nécro (rires).



“La Ritournelle, de Sébastien Tellier, c'est un morceau-charnière”

Il y a quand même des artistes dont vous êtes particulièrement fiers, ou des chansons dont vous avez peut-être un peu honte ?

Marc Teissier du Cros : Tellier reste très important à nos yeux, parce que c'est le premier artiste qu'on a signé. En plus de ça, il est très emblématique de ce qu'on a cherché à faire pendant ces dix années. *Sexuality* (son dernier album, ndlr) a très bien marché, il est en train de se construire une carrière mondiale, il a droit à la reconnaissance de tous, et quelque part, on a forcément le sentiment d'avoir réussi. Sur YouTube, on est tombés sur une vidéo amateur où tu vois des rappers en train de faire des loops sur Tellier dans leur voiture, c'est une forme d'aboutissement. Il est rentré dans la culture populaire. A l'époque de *La Ritournelle*, Emmanuel Poncet avait écrit dans sa chronique du vendredi pour Libération que c'était le genre de morceau qu'on jette par la fenêtre et qui revient par la porte. Ça m'avait beaucoup touché. C'est la preuve ultime qu'il s'agit d'un morceau-charnière.

Stéphane Elfassi : Ce qui va rester, ce sont les signatures, plus que le nom du label. On aime les artistes qui ont une personnalité forte, donc on ne s'est jamais vraiment mis en avant. Après Tellier, on a signé Arpanet, estampillé Detroit qui prédisait l'avènement de la culture mobile. Quand on a voulu monter quelque chose autour de lui, tout le monde nous a regardés avec de grands yeux, parce qu'il est visionnaire et parce qu'il est difficile. En 2002, ce mec-là avait déjà senti la place que prendrait le téléphone portable dans nos vies, c'est un visionnaire.

Justement, vous regrettez qu'Arpanet ne soit resté qu'un succès d'estime ?

Marc Teissier du Cros : C'est en tout cas l'artiste signé sur Record Makers que toutes nos autres signatures adorent. C'est un supplément d'âme formidable d'avoir des disques de ce type. Je ne sais pas si ça a un sens de parler de génie, mais des gens que je connais, c'est celui qui s'en approche le plus.

C'est génial d'avoir à la fois des artistes très pop et d'autres imprégnés de sous-culture, comme Arpanet, qui était déjà là aux débuts d'Underground Resistance. Je l'ai connu par le biais d'un maxi de Dopplereffekt (un autre de ses projets, ndlr) acheté chez Rough Trade, et on je suis tombé à la renverse. Le plus dur, ça a été d'entrer en contact avec lui, parce qu'il est très méfiant et difficile à approcher. Mais aujourd'hui, on a d'excellents rapports, notre relation s'est améliorée. On le voit pas souvent, mais on l'a régulièrement au téléphone.

“Les disques qu'on sort sont des messages”

C'est important d'avoir ce genre de rapports avec ses artistes ?

Marc Teissier du Cros : Pour le genre de travail qu'on fait, il faut pouvoir se connaître assez pour se faire confiance, c'est vital. Si ce rapport là n'existe pas, ça ne sert à rien. C'est à nous de trouver le meilleur moyen de communiquer avec les gens qu'on signe. Avec Gerald Donald [d'Arpanet], c'est la manière scientifique. Ce qui nous intéresse aussi, c'est que ce genre d'artistes ait un impact sur les signatures qui suivent, que ce petit monde se nourrisse mutuellement. Kavinsky, par exemple, a découvert l'électro par le biais d'Arpanet. Les disques qu'on sort sont des messages, non seulement pour le public parce qu'on espère toujours en vendre un maximum, mais aussi pour les autres musiciens.

Ça veut dire que d'habitude, ce sont plutôt les artistes qui viennent vers vous ?

Marc Teissier du Cros : C'est arrivé plusieurs fois que des artistes pas très entreprenants dans les démarches auprès des labels viennent chez nous parce qu'ils ont entendu un titre qu'on a produit, et qui nous ciblent directement. Tellier avait vu Air à la télé, il s'est renseigné et il est venu nous voir.

Puisqu'on parle de Air, ça vous a libérés de tracer votre route chacun de votre côté ?

Stéphane Elfassi : Quand on a monté le label, dont ils ont été la première sortie, on était leurs managers. Mais rapidement, le fait d'avoir des artistes producteurs au sein du label a posé problème. On a évidemment anticipé, mais ça s'est révélé au fil du temps, à travers des frustrations, parce qu'ils avaient déjà une carrière, parce qu'on passait un temps fou sur Record Makers. Etre leur label nous a beaucoup aidés au début, même si l'étiquette french touch nous a occasionné quelques sorties de complaisance. C'est comme ça que *L'Incroyable Vérité*, le premier album de Tellier, s'est retrouvé dans les bacs techno alors qu'il est totalement acoustique. Il a fait leur première partie, il en garde de superbes souvenirs, mais c'est mieux que les choses se soient terminées de cette façon, en 2004-2005. Désormais, on se croise rarement. Ça s'est fini salement, on n'est pas vraiment restés potes. Ce n'est qu'un détail de notre histoire, et on se sent mieux maintenant. Tout ce background nous autorise à prendre notre temps, on n'est plus soumis au diktat de l'agenda. Ça nous permet de travailler un album comme *Sexuality* pendant deux ans. Quel artiste peut se permettre de travailler autant sur la longueur ? Et puis il y a la notion d'instinct : si un plan nous plait, on le fait, tout simplement.

Quand Tellier fait l'Eurovision, ça vous apporte une visibilité supplémentaire ?

Stéphane Elfassi : Heureusement, Sébastien Tellier et Record Makers ne sont pas nés le jour de l'Eurovision. Il y a eu des signes avant-coureurs et c'était la conclusion d'un beau mouvement. Ça lui a permis de bénéficier d'une exposition auprès du grand public, c'est vrai, et c'était mérité. On n'a aucun problème à le voir dans Télé 7 Jours, bien au contraire. Quelque part, Tellier est à l'image du label : il est relativement inconnu du grand public, mais tout le monde l'a déjà entendu dans une synchro pour un documentaire ou dans son autoradio.

“Le but n'est pas de s'asseoir pour contempler le travail accompli”

Dans ces conditions, l'anniversaire, c'est un moyen de réaliser le rôle que vous avez acquis au fil des ans ?

Marc Teissier du Cros : Le but n'est pas de s'asseoir pour contempler le travail accompli. Mais au moment de compiler une décennie de signatures, on a remis le nez dans le

catalogue, ce qu'on ne fait jamais, et c'est très satisfaisant de constater qu'on aime toujours nos productions, cinq ou six ans après. Par définition, quand on fait ce métier, on sacrifie son propre plaisir d'écoute, mais ça ne nous empêche pas d'être fiers de nos choix.

Pour fêter votre anniversaire, vous vous lancez de nouveaux défis ?

Stéphane Elfassi : On a d'abord des projets de célébration. On voudrait sortir un livre sur les dix ans de Record Makers, on a monté l'événement live autour du 10 octobre 2010, qu'on a voulu décliner dans le monde entier. On voudrait créer une société autour de l'image, qui irait du clip au court-métrage en passant par le documentaire, notamment sur Tellier, puisque on a 80 heures de rush sur le lancement de *Sexuality*. **On planche aussi sur une extension du label strictement axée sur le digital.** Mais l'idée, c'est quand même de ressortir des EP, des vinyles, un catalogue axé sur des titres plus que sur des albums.

Marc Teissier du Cros : L'aspect important dans ce qu'on fait, c'est l'international. C'est ce qui nous permet de tenir debout et de continuer à exister. Pour ces raisons, on n'est pas focalisés sur la rotation radio de NRJ. A la différence de beaucoup de labels français, on considère le Web comme un énorme avantage plutôt que comme le grand méchant loup responsable de tous les maux. Pour nous, c'est une aubaine. Bien sûr, ça affecte les ventes, mais ça permet de toucher un public mondial. Avec Air, on a découvert l'export, et c'est devenu notre modèle. On s'est implantés en Angleterre, en Allemagne, aux Etats-Unis, au Japon, etc.

Comment vous expliquez votre longévité et votre adaptabilité?

Stéphane Elfassi : Dès le départ, on n'est pas à l'initiative d'un son, on ratisse large, du krautrock à l'électro-disco. Notre constante, c'est le renouvellement, ce qui nous pousse à nous remettre en question. Ça a pris dix ans pour qu'on se fasse une place mais, au moins, on n'est pas tributaires d'une mode, on existe en dehors d'un quelconque mouvement.

Marc Teissier du Cros : Avant Record Makers, je bossais chez Source, qui était lié à Virgin. Mais on distribuait plein de labels excitants au milieu des années 90, Grand Royal, Warp ou Mo'Wax notamment. On avait établi des relations personnelles avec chacun des patrons de ces labels, et on voyait comment ça se passait dans un grand label indépendant. Le dénominateur commun de tous ces labels, c'est qu'ils avaient un son. C'est à ce moment que j'ai compris que l'idée d'un label associé à un style très précis était tentante mais très dangereuse. A titre d'exemple, mon album préféré chez Warp, c'est celui de Vincent Gallo, qui est complètement en marge de leurs sorties historiques. C'est en se diversifiant que Warp s'est sauvé.



“Notre constante, c'est le renouvellement”

Justement, Steve Beckett, le patron de Warp, me citait récemment tous les artistes qu'il regrettait de ne pas avoir pu signer, et il n'y avait dans le lot aucun artiste électronique. Vous vous retrouvez totalement dans cette évolution, c'est une sorte de modèle ?

Stéphane Elfassi : Il a compris où se situait le futur de son label. Quand ils ont signé Broadcast en 2000, ça a été une bouffée d'air frais. Idem pour Gallo. Mais on n'a pas

vraiment eu de modèle de développement à proprement parler. Quand on a lancé Record Makers, on ne manquait pas de travail. La B.O. de Virgin Suicides, qui était notre première sortie, était un chantier énorme. Il fallait produire, mixer, faire la promotion, mais on en a vendu 700 000 exemplaires, un chiffre énorme même à l'époque. A côté de ça, on avait Tellier, qui était totalement inadapté à la vie normale, Arpanet, et on devait gérer la carrière de Air chez Virgin. Tu imagines bien qu'on avait pas vraiment le temps de réfléchir à tout ça, on a fonctionné uniquement à l'instinct. Le rêve de monter sa structure devenait réalité, on n'a pas cherché plus loin que ça.

■ Aujourd'hui, vous êtes plus exigeants ?

Marc Teissier du Cros : On a gagné en maturité, on sait dire non à un projet. Mais paradoxalement, on laisse beaucoup de liberté à certaines de nos signatures. Turzi, par exemple, a carte blanche pour faire ce qu'il veut. C'est un artiste total, qui s'est fait accompagner par un groupe le jour où on lui a dit que c'était indispensable pour faire de la scène, ses disques se ne vendent pas, mais on lui apporte un soutien sans failles parce qu'on adore ce qu'il fait. Pour son prochain album (annoncé en janvier 2011, ndlr), il s'est contenté de nous donner deux références: Oxygène de Jarre, et Chill Out de KLF. Sinon, je t'ai dit qu'on travaillait à exhumer le catalogue de Popol Vuh?

—

Article initialement publié sur **Brain Magazine**

Crédits photos : Flickr CC **THEfunkyman** / Record Makers

1 ping

Tweets that mention [INTERVIEW] La belle décennie de Record Makers » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 21 octobre 2010 - 19:41

[...] This post was mentioned on Twitter by Loïc DR, OWNImusic. OWNImusic said: [INTERVIEW] La belle décennie de Record Makers <http://goo.gl/fb/ui7Sj> [...]