

# MYMAJORCOMPANY : LA FIN DE L'HISTOIRE ?

LE 24 NOVEMBRE 2010 ROMAIN PÉCHARD

Trois ans après son lancement, Romain Péchard s'interroge sur les résultats de MyMajorCompany, le pionnier du crowdfunding musical en France. Il semblerait que derrière le succès commercial d'un artiste, le bilan soit loin d'être satisfaisant.

Article écrit par **Romain Péchard**, associé de **The Persuaders**, cabinet conseil en stratégies web. Il a été publié sur le site **Tech Crunch France**. Romain Péchard écrit également sur le site **Weqli.com**.

**MyMajorCompany** a fait rêver toute la sphère web lors de son lancement en décembre 2007. Après 3 ans d'existence, **32 artistes produits** dont un devenu grand public (Grégoire) et un autre en passe de le devenir (Joyce Jonathan), il ne fait malheureusement plus rêver. Autoproclamé "label musical communautaire" sur le fondement qu'il permet à qui veut d'investir dans la production d'un artiste, ce label d'un genre nouveau lors de son lancement s'est rapidement rangé dans la liste des labels standard, seul le modèle économique étant légèrement différent.

Après avoir surfé sur la vague des Arctic Monkeys et autres groupes comme Ok Go ayant vu leur notoriété exploser grâce à MySpace ou Youtube, le modèle fondé sur la production communautaire semble prendre du plomb dans l'aile avec des résultats plus que médiocres... et voir arriver des concurrents qui pourraient bien enterrer pour de bon ce modèle.



## Phénomène de mode. Jeu d'argent et rêve. Sans les fans.

Après avoir été un phénomène de mode, les labels communautaires ont pour la plupart fermé par incapacité à trouver un artiste capable de rapidement être grand public comme Grégoire, artiste signé chez MyMajorCompany. Mais aussi par incapacité à produire une véritable valeur ajoutée pour les visiteurs de ces sites qui se retrouvent bien souvent confrontés à des artistes très formatés. La promesse de produire de nouveaux artistes, et par "nouveau" entendez différents, n'est pas tenue. Joyce Jonathan et Grégoire sont de bons exemples du formatage musical.

Car ce modèle de label ne se repose pas sur la prise de risque mais l'investissement de particuliers qui espèrent bien gagner de l'argent après le lancement de stars, comme cela a pu être le cas avec l'artiste Grégoire. La direction artistique peut être faite en amont par une pré-sélection de l'entreprise, comme il fait chez MyMajorCompany, mais ce sont les investisseurs qui décident de produire tel ou tel artiste, sans connaissance artistique ni expertise du milieu musical. Ce qui fait qu'ils vont investir dans des artistes qui ressemblent à ce qu'ils aiment actuellement, empêchant alors cet artiste de sortir du lot car bloqué par la star du moment.

La faiblesse de ce modèle réside donc dans la notion du particulier qui prend le rôle d'expert et qui investit dans des artistes qui ressemblent à des artistes grand public. Mais ce qui est le plus dangereux pour MyMajorCompany est le fait que l'entreprise ne prend pas en

compte la relation avec les fans et la force de ces derniers pour faire émerger de véritables révélations, le véritable moteur qui fait de Youtube le plus grand découvreur de talents au niveau mondial.



## **Pas une aide aux fans ou aux artistes mais une aide aux producteurs et maisons de disque.**

Mais le véritable point qui a fait chuter les entreprises sur le modèle de MyMajorCompany, et qui en fera tomber d'autres dans des domaines différents, est la découverte du pot aux roses : ces sites soit-disant "communautaires" avec pour objectif d'aider les artistes ne sont que des sites permettant de réduire la prise de risque du label de production. En effet le label est payé quoiqu'il arrive, puis il prend la part du lion si l'artiste sort du lot, et éventuellement il reverse de une partie marginale de l'argent gagné sur la vente de CDs aux investisseurs.

Cette mécanique ne produit donc pas de résultat valable, sauf dans les rares cas où les directeurs artistiques des grandes maisons de disque ont raté un artiste qui passe alors sur ce réseau alternatif pour être subventionné par un label secondaire. Avant de reprendre l'ascenseur vers les grandes maisons de disque via l'accord entre MyMajorCompany et Warner Music. Un véritable circuit de récupération généré par l'industrie musicale et soutenu par des particuliers qui jouent au directeur artistique au lieu de jouer au boursicoteur.

Le modèle MyMajorCompany ne répond pas au besoin des artistes (trouver leur public) ou à celui des audiences (découvrir de nouveaux artistes) mais à celui des labels (faire baisser la prise de risque) et des maisons de disque (réintégrer rapidement les artistes oubliés dans le circuit traditionnel). Mais surtout il ne crée pas la valeur qui peut aider cette industrie à prendre avantage de l'Internet pour aller de l'avant.

## **L'avenir : Mass market vs Long Tail ?**

La problématique de la production est une fausse problématique. Il est possible de produire son album à prix très réduit sans avoir recours à des services du type MyMajorCompany. L'enjeu pour les artistes n'est plus alors de produire, il est de se confronter, de se faire connaître et reconnaître par son public. **Official.fm**, startup suisse, semble aujourd'hui bien placé dans ce registre, bien que loin derrière les Youtube, Facebook et MySpace. Ce qui supprime irrémédiablement tout intérêt à MyMajorCompany.

Mais les véritables concurrents de MyMajorCompany ne sont pas ces mastodontes ou les startups qui tentent de percer dans les sites communautaires sur le thème de la musique. Ce sont les entreprises qui vont être capables d'aider les artistes à générer plus de revenus. Et dans ce domaine les startups comme **BandCamp** qui facilite la vente de produits dérivés, **LiveStream** ou **Awdio** qui permet de diffuser des événements en live sur Internet sont pour le moment bien placés pour devenir les partenaires à la fois des maisons de disque que des artistes en devenir.

Dans un modèle où la production n'est pas un souci, où la diffusion ne l'est plus non plus, tout se jouera sur la capacité des artistes et des maisons de disques à rester en contact avec

son public et fournir du contenu fréquemment pour ne pas être oublié et remplacé par un autre. L'avenir ne sera pas un débat entre mass market et long tail mais reposera sur la capacité à produire des contenus inédits et nouveaux qui pourront être vendus aux fans.

—

Article initialement publié sur **Tech Crunch France**

Crédits photos : Flickr CC **louisvolant**; **Steve Crane**

### ELGEKO

le 24 novembre 2010 - 16:45 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*En plus de cette excellent analyse (selon moi), j'ajouterais que les "producteurs" n'ont en fait que le droit de donner de la tune, mais ensuite, tout leur échappe entièrement, au profit de "l'establishment" déjà dans la place.*

*Par exemple, pour tout ce qui est conception de jaquette (chose que les producteurs pourraient gérer assez facilement, par exemple) on leur demande leur avis une fois que les choix ont déjà été faits.*

*Enfin, on demande surtout aux "producteurs" d'acheter l'album eux-même (faisant ainsi gonfler la tune entrante pour le label MMC) puis de le promouvoir chez leurs amis, au maximum. C'est évidemment logique, on est d'accord, mais lorsque ce n'est "que" le but final, ça fausse entièrement l'intérêt d'être "producteur".*

VOUS AIMEZ



3

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### DIANAROS

le 29 novembre 2010 - 4:16 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*En mai 2009, j'ai écrit 3 posts sur le sujet...*

*<http://www.dianetell.com/mymajorcompagny-part-1/>*

*peut être intéressant d'y jeter un oeil après la lecture de cet article de M.Pechard !*

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### RAMOU

le 25 février 2011 - 15:22 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*faudrait tout de même qu'on m'explique comment Awdio permet de donner plus aux artistes... Pas de Business Model pour cette boîte qui stagne depuis 3 ans malgré un concept qui j'avoue est très séduisant. Soundcloud aurait été un meilleur exemple.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### MAIA

le 2 juillet 2011 - 18:37 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Beaucoup de changements depuis 2009.*

*Ce serait intéressant d'avoir un nouveau point de vue.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### JOELONLINE

le 5 août 2011 - 12:18 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*je suis prod sur Mymajorcompany et j'avoue qu'avec le temps je commence à comprendre que déjà Grégoire il a fonctionné sur un album, le 2eme se vend trois fois moins! et puis je comprend aussi que les artistes produits ne doivent pas compter sur ce label qui semble "débordé voir je pense dépassé" actuellement vu le nombre d'artistes produits en "stand bye"*

*Le piratage de la musique devenu monnaie courante fais que l'avenir des nouveaux*

artistes passera simplement par les lives et les concerts!! et le buzz sur "Your tube" c'est clair!!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FRED

le 7 février 2012 - 15:10 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Article qui pose de bonnes questions, mais début 2012, parmi tous les sites participatifs, My Major Company c'est le seul dont on entend toujours régulièrement parler, et dont on peut entendre régulièrement de nouveaux artistes sur les ondes et en TV, en ce moment la jeune IRMA, et MANI, qui font de la très bonne zic...  
Un petit jeune de 17ans à peine, très talentueux (TIBZ) a atteint les 100 000 euros hier. Et la prochaine sur la liste pourrait bien être une certaine AWA LY, inscrite depuis 2 mois seulement et en tête des classements du site... A suivre ?  
<http://www.mymajorcompany.com/awa-ly>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### HYRIEMU

le 13 mai 2012 - 22:39 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je suis d'accord avec beaucoup de cette analyse, mais pour avoir vécu certaines choses de "l'intérieur", je modérerais certaines choses:  
1- ce avec quoi je suis d'accord : MMC ne présente que la face brillante de leurs résultats (les 3 têtes d'affiche) et passe sous silence la montagne scandaleuse d'échecs et leur manque de transparence.  
Tous ne peuvent pas percer mais lorsque la promo est bâclée il est difficile d'avoir une chance ! Il est normale pour une société "d'habiller la mariée", mais attention aux dessous mités ;)  
Et oui ce financement ne profite qu'à eux, une fois les 100000 atteints, MMC a tout pouvoir et on réalise alors que le participatif du site, bien que le contraire soit véhiculé, n'est bien que financier !  
2- j'apporterais plus de nuance sur les choix des artistes, oui beaucoup de choix son fait dans la mouvance du moment, mais nombres d'artistes différents voit leur musique passé à la moulinette et formatée par rapport à la proposition de base qui avait été faites aux internautes. Rajoutez à cela une promo inexistante à la sorti des albums et vous assurez l'échec du plus grand nombre, quelque soit leur talent (ou non) au départ... des chiffres ? <http://www.youtube.com/watch?v=WRITRV3rvck>  
Pour finir, un des gros problème est que les mass médias ont et continuent à véhiculer l'image positive de MMC et que nombre d'internautes ont crus au mirage que la belle notion de participatif leur a fait miroiter... Quand la face cachée sera-t-elle exposée aux yeux de tous ???

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### PONCOT

le 14 mai 2012 - 23:56 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



impossible de se connecté que se opasse t il je ne peu plus accédé a mon compte ou a quoi que xse soit sur les 5 artistes sur lesquels j ai misé ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### CLARA

le 25 mai 2012 - 17:24 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



MyMajorCompany continue de se faire valoir à travers les succès de Grégoire, Joyce Jonathan, ou plus récemment Irma et Many... les médias ne parlent de MMC qu'à travers ces artistes, combien se sont vraiment penchés sur la question... ? combien ont parlé des artistes oubliés, sacrifiés par une promo complètement inexistante ? Combien ont communiqué sur les chiffres, les ventes...  
Les médias, complaisants pour la plupart, ne parlent que des 4 exceptions qu'MMC a réellement voulu promouvoir, mais qu'en est-il pour les autres ?

MMC n'est qu'une illusion, là où le participatif semblait pourtant prometteur et novateur

...

Qu'on se le dise, le jeu du participatif est très rarement joué par l'artiste (!), et encore moins par MMC qui, plutôt qu'utiliser cette force pour promouvoir les projets artistiques produits, préfère réduire ses "internautes-contributeurs" au silence.

Les artistes sont laissés pour compte, leurs projets totalement sacrifiés (peu de moyens mis en place pour la promotion/marketing, peu de passage d'album, pochettes d'albums amateur...).

Quant aux "internautes", seuls leurs portefeuilles ont une place dans ce système de production participative. Ils ne sont pas informés de l'avancement des projets auxquels ils ont participé ; pire, la nouvelle version V4 du site leur a même supprimé "leur espace producteur", seul espace entre l'artiste produit et l'internaute, qui jusqu'ici servait à suivre le projet, son évolution, les ventes et autres exclusivités "producteur".

MMC change la donne à sa guise, et se fout complètement des artistes, comme des "internautes producteurs" appelés depuis la V4 "investisseurs" (voilà un terme enfin explicite...) ! MMC change son site et son fonctionnement quand ça lui chante, supprime tout avantage et intérêt du "contrat participatif" à son bon vouloir, prenant les internautes pour de simples "banquiers" ! Ils choisissent et ne défendent que les rares projets leur laissant miroiter de forts royalties, projets purement commerciaux ou dans l'air du temps, en sommes (et encore faudrait-il mieux lire entre les lignes pour comprendre leur mode de "sélection" !), laissent les autres projets artistiques mourir sur le site, empochant au passage 100.000€ de production malgré tout !

Domage. Le participatif était une belle promesse pour ceux qui comme moi aiment les artistes et voulaient les soutenir pleinement ; il ne reste que désillusions, déceptions, et mal au cœur de voir tant de projets et de talent gâchés !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**MMC**

le 12 juin 2012 - 18:01 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



My Major Company tes producteurs sont en colère, et cela va se savoir...  
<https://www.facebook.com/#!/groups/240813149332196/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**MMC**

le 12 juin 2012 - 18:03 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



My Major Company est une société d'enregistrement sonore (production) et d'édition musicale.

Sa particularité réside dans le fait que les internautes participent au financement de chaque projet (label dit communautaire).

On peut également les considérer comme prestataire de service puisqu'ils mettent leur plate-forme participative à disposition de l'édition du livre et semblent vouloir l'étendre à bien d'autres domaines.

Ses fondateurs sont :

Anthony MARCIANO

Co-fondateur de Bamago et Ancien directeur artistique chez Sony-BMG. Direction artistique du premier album d'Amel Bent.

Sevan BARSİKIAN

Co-fondateur de Bamago et Ancien responsable du service artistique de BMG Publishing. Signature Sinik, Vïta, Ridaan etc..

Michael GOLDMAN

Co-fondateur depuis 2002 de la société Bamago, editrice et productrice de musique. « Petite Soeur » de Lâam, Le Droit À L'Erreur » d'Amel Bent, « Métisse » de Yannick Noah...

Simon ISTOLAINEN

Directeur général de People for cinema depuis 2009

Actionnaire: Stéphane COURBIT ex-patron d'Endemol France, a investi trois millions d'euros, détiendrait 49% du capital.

Sous ce nom de My Major se cache en réalité depuis décembre 2010 pas moins de 6 sociétés (My Major Company MMC; My Major Company I; My Major Company II ... etc.) dont l'existence ne trouve pas d'explication ainsi qu'une 7eme entité, BAMAGO (pour BArsikian, MARciano, GOldman) existant depuis 2002.

Sur cette dernière on n'y retrouve édité assez curieusement que trois des artistes MMC

*et pas des moindres : Grégoire, Joyce et Irma, les seuls artistes dont l'album se vend. Aucun autre artiste d'mmc n'y figure à ce jour.*

*Simple hypothèse : MMC servirait de plate-forme test aux artistes qu'ils exploiteront réellement ensuite sur un label indépendant.*

*Toutes ces structures son enregistrées à la même adresse, celle d'mmc, et en toute logique fonctionnent donc avec le personnel et les moyens de My Major.*

*Production et édition :*

- La production c'est le financement, la réalisation et la commercialisation d'un produit (album).*
- L'édition c'est l'exploitation (en radio, TV, reprise, pub...etc.) d'une oeuvre, ou invention, création. C'est un contrat uniquement entre l'éditeur et l'auteur / compositeur de l'oeuvre.*

*Sur MMC, l'internaute est assimilé à un producteur. Il n'est donc intéressé qu'à la production qui, il faut le savoir, est ce qui rapporte le moins. Il ne perçoit absolument rien sur les revenus de l'édition (exemple en date, les droits perçu par MMC et Irma pour la reprise du titre 'I know' dans une pub de la société google).*

*La question qui se pose : que fait réellement mmc pour les auteurs-compositeurs signés uniquement sous My Major Company édition et non Bamago ? Et avec quel budget puisque la participation des internautes ne concerne que la production ? Que fait réellement MMC pour la réussite des artistes-interprètes sans contrat d'édition ?*

*A la rubrique " conditions particulières internautes contributeur (3.C) " figure un élément de réponse :*

*« MMC n'est tenue que d'une obligation limitée à la production/édition et à la commercialisation d'un Album ou d'un Ouvrage »*

*Le système mmc serait finalement comparable à de l'édition « à compte d'auteur » ou plus exactement « à compte d'internaute » :*

*Engagement limité à la production de l'album sans obligation de résultats ni de moyens. A ce jeu la, mmc peut donc sortir autant d'albums qu'il le souhaite au dépend de l'internaute-contributeur. De quoi flatter et satisfaire l'égo et les espérances des artistes ainsi produit.*

*Mais provisoirement seulement car si ces artistes auront bien leur album certes, au moment de la révélation des chiffres de ventes, pour les plus scrupuleux d'entre eux se sera peut être avec la drôle d'impression d'avoir profité de la naïveté de beaucoup de gens.*

*Enfin, précision importante pour terminer. Sur MMC le terme de producteur couramment utilisé pour désigner l'internaute est totalement abusif et a d'ailleurs disparu des CGU.*

*Seul MMC est considéré comme producteur aux yeux de la loi et cette clarification constitue d'ailleurs le premier abus de leur part. Quand ils parlent de site participatif, il faut bien comprendre qu'ils ont tout pouvoir sur un projet et que l'internaute n'a qu'un droit (consultatif), celui de fermer sa gueule.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## 1 ping

*Tweets that mention MyMajorCompany : la fin de l'histoire ? » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 24 novembre 2010 - 17:01*

*[...] This post was mentioned on Twitter by 16ames iq12, François S., Anthony RENAUD, remi, Penven Julie and others. Penven Julie said: RT @owni: MyMajorCompany : la fin de l'histoire ? <http://bit.ly/fpnN8f> sur @ownimusic [...]*