

ÉVÉNEMENT: MAMA DÉBARQUE À PARIS

LE 6 OCTOBRE 2010 ROMAIN BERROD

Le MAMA, rendez-vous international des professionnels des musiques populaires, se tiendra à Paris les 15 et 16 octobre prochains. Présentation des festivités et interview de son directeur Fernando Ladeira-Marques.

Après avoir vu sa première édition investir la ville de Bourges l'an dernier, le MAMA s'installe cette année les 15 et 16 octobre à Paris, plus précisément dans le dix-huitième arrondissement. Le quartier, qui abrite une concentration impressionnante de salles de spectacles, est l'écrin idéal pour cette manifestation créée par et pour les professionnels de la musique.

Pendant deux jours s'enchaîneront des **débats et conférences** aux **multiples intervenants** mais aussi des **ateliers et rencontres pro**. Le public ne sera pas en reste puisque les deux soirs de nombreux concerts seront proposés dans les salles des alentours (Cigale, Boule Noire, Divan du Monde...) avec à l'affiche Syd Matters, Hey Hey My My, Jil Is Lucky ou encore Lexicon parmi tant d'autres, qui composent une **programmation** aussi attrayante que variée.

OWNIMusic sera bien évidemment présent et vous rendra compte de l'événement en direct ou presque, sur Twitter, Facebook, et ici même pour des contenus plus complets.

Le programme complet du MAMA est disponible sur **le site de l'événement**, et mieux pour nous les geeks, via une application iPhone gratuite téléchargeable **ici**.



Par ailleurs, Romain Berrod de **Musique Info** a rencontré **Fernando Ladeira-Marques**, le directeur du Mama. Il détaille les nouveautés de cette seconde édition.

M. I. : Pourquoi avoir décidé de délocaliser le Mama de Bourges à Paris ?

F. L.-M. : La première édition du Mama à Bourges a été considérée comme une réussite, avec plus de 1 500 participants. Néanmoins, nous avions l'intuition que pour affirmer l'identité de notre événement, pour en assurer le développement et favoriser sa renommée internationale, Paris était la terre d'accueil idéale. En outre, nous avons la chance de bénéficier d'une infrastructure naturelle : la partie du 18ème arrondissement où se déroule le Mama, avec ses salles de spectacles nombreuses et concentrées, est un authentique "boulevard de la musique" et un cas presque unique en Europe.

M. I. : Quels sont les ajustements auxquels vous avez procédé, pour cette seconde édition ?

F. L.-M. : Nous avons maintenu la substance même de l'événement : rencontres professionnelles, conférences et concerts. Mais nous avons tiré les leçons de la première édition, notre numéro zéro. Cette année, les horaires et les durées des différentes conférences ont été aménagés dans la mesure du possible afin d'éviter qu'ils ne s'entrechoquent. Malgré tout, avec dix conférences par jour et de nombreuses structures partenaires investies dans leur organisation, il y a quelques contraintes inéluctables. La seconde innovation de ce Mama, et non des moindres, c'est l'ouverture vers le public. En effet, en implantant le MaMA à Paris et en investissant un quartier entier, il nous paraissait pertinent d'y associer le public. Dans chaque salle de spectacle, nous avons réservé un quota de places en vente pour le public et les concerts "Live in Montmartre" (20 concerts gratuits dans 10 bars de Montmartre) sont également ouverts au public.

M. I. : Le format et le contenu des colloques et débats a été totalement modifié, pouvez-vous nous en dire un mot ?

F. L.-M. : Nous nous sommes entouré cette année d'un comité de réflexion pour mieux aborder les thématiques et les formats de nos débats. Nous souhaitons que ces rencontres soient dynamiques, consistantes, insolites, qu'elles donnent lieu à des discussions spontanées, suivies d'actes tangibles et de propositions pratiques. Dans la mesure où nos problématiques nationales sont comparables à celles des autres pays, nous avons aussi voulu proposer un grand nombre de thèmes internationaux et garantir la présence de nombreux intervenants étrangers.

M. I. : Quelles sont les typologies de professionnels attendus au Mama ? Combien de personnes attendez-vous ?

F. L.-M. : Le Mama est un événement fédérateur et ouvert à l'ensemble de notre filière. Nous nous adressons à tous les professionnels de la musique, qu'il s'agisse de musique enregistrée ou vivante, d'acteurs culturels ou économiques et, évidemment, de français ou d'internationaux. S'agissant d'une première à Paris, il est difficile de se fixer un objectif précis en terme de fréquentation. Mais l'un des éléments très positifs de ce MaMA parisien, qui confirme nos pressentiments, concerne la participation internationale. Nous constatons déjà que de très nombreux représentants de festivals réputés, de tourneurs, de labels internationaux seront présents. S'ils seront en majorité européens, le MaMA accueillera également des délégations de professionnels américains, canadiens, japonais, sud-américains, africains ...

M. I. : Le Mama se veut un rendez-vous clairement international : comment peut-il trouver sa place face des événements du même genre déjà très identifiés à l'étranger, comme Eurosonic, l'ADE, le Popkomm... ?

F. L.-M. : Outre l'attractivité évidente que représente Paris et des noms tels que Pigale ou Montmartre, le Mama bénéficie de l'intérêt et de l'attention des acteurs de l'industrie musicale internationale pour le marché français. Ce sont les retours fréquents que nous avons. Les internationaux souhaitent pénétrer le marché français mais ils l'appréhendent souvent comme une énigme, complexe et difficile à décoder. Ils voient à travers le Mama une excellente opportunité de rencontrer leurs homologues français et de mettre en place des projets de collaboration. Certes, il y a aujourd'hui de très nombreux événements internationaux accueillant des professionnels mais, comme je le disais précédemment, la France reste un cas à part. L'engouement des professionnels étrangers pour le Mama et le fait que, malgré sa création récente, notre événement soit déjà identifié à l'échelle internationale, en est la meilleure preuve. A ce titre, plutôt que de nous placer en concurrents d'autres festivals à l'identité similaire, nous nous sommes rapprochés d'eux en créant, par exemple, un réseau international avec des partenaires tels que Eurosonic, South By South West, Spot, C/O Pop Cologne mais aussi le TIMM à Tokyo ou le Canadian Music Week, tous présents au Mama 2010 et avec lesquels nous développons des actions de programmation et de communication. D'autres manifestations ont souhaité développer des collaborations avec le MaMA. Qu'il s'agisse du PopKomm, du Reeperbahn, du Womex, du Liverpool Sound City ou encore du MEG Montréal, tous seront à Paris, les 15 et 16 octobre.

F. L.-M. : Cette année, pendant les 48 heures du Mama, nous présentons 60 groupes, français et internationaux, dont le potentiel à l'export nous paraît manifeste. Pour les internationaux, souvent déjà bien positionnés dans leurs pays respectifs, il s'agit de bénéficier de la visibilité du Mama pour présenter un nouvel album, rencontrer un tourneur ou attirer un distributeur. Pour les artistes français, c'est l'assurance de se produire devant un parterre de professionnels, français et internationaux, d'attirer l'attention des plus grands festivals internationaux, de séduire également un agent ou un label à l'étranger. Car nous sommes effectivement dans cette logique de marché, de soutien à l'export. A titre d'exemple, nous accueillons dans notre programmation des artistes internationaux qui ont été remarqués lors des festivals avec lesquels nous avons mis en place des partenariats. Dans ce cadre, l'an prochain, nous présenterons à l'international et labeliserons des "plateaux artistiques" composés de groupes français remarquables lors du Mama 2010.

M. I. : Le Mama restera-t-il désormais à Paris, au mois d'octobre, ou cela dépend-il de son succès cette année ?

F. L.-M. : En créant le Mama, il n'était pas question de réaliser un "one shot". Nous avons la volonté d'installer durablement un événement qui correspondait aux attentes des professionnels, français et internationaux. Aujourd'hui, à quelques jours du MaMA, nous restons attachés à cette conception. La récurrence est indéniablement plus aisée lorsqu'il y a succès, mais nous ne nous posons pas la question en ces termes. Pour nous le Mama est un projet d'intérêt général, utile et fédérateur et, sauf catastrophe, nous espérons être encore là pour les années à venir, en octobre certainement et à Paris assurément !

—

Interview initialement publiée sur Musique Info.

Crédits photos : CC Flickr kern.justin / et Mama.

1 ping

Tweets that mention Événement: MAMA débarque à Paris » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 6 octobre 2010 - 13:19

[...] This post was mentioned on Twitter by Loïc DR, OWNImusic. OWNImusic said: Événement: MAMA débarque à Paris <http://goo.gl/fb/uLP8L> [...]