

GRANDCREW: LE LIVE À TOUT PRIX

LE 15 AVRIL 2011 EDDIE-WILLIAMSON

Trouver un modèle économique tout en proposant des vidéos de concerts haut de gamme, c'est le défi que s'impose Grandcrew. Présentation, par Mlle Eddie.



De Fabchannel à Grandcrew

Connaissez-vous Fabchannel ? De 2000 à 2009, ce site néerlandais enregistrait et diffusait des concerts en direct à ses visiteurs. Ces concerts étaient filmés au Paradiso à Amsterdam, et étaient ensuite visionnables en différé ce qui constituait, pour les artistes qui en avaient besoin, un outil de promotion formidable.

Christopher Esclapez s'est inspiré de l'idée originale de Fabchannel pour créer Grandcrew. Franco-américain, DJ, il est revenu en France pour continuer ses études d'ingénieur au cours d'un MBA à l'INSEAD (école de management ultra-cotée). Son projet de fin d'année, c'est tout simplement l'embryon de **Grandcrew**. Il a obtenu un précieux soutien financier de la part de **ScientiPôle** (un fonds d'amorçage pour les entreprises) et de quelque *business angels*, qui ont permis de mettre le projet en orbite.

L'idée était de faire comme Fabchannel, la différence étant que ce dernier ne filmait que dans une seule salle. À Paris sont organisés chaque semaine des dizaines de concerts, autant d'opportunités pour Grandcrew de mettre en place des partenariats et de dépêcher sur place son équipe. Le site ambitionne aujourd'hui d'être présent dans toutes les capitales culturelles européennes, ainsi que dans les meilleurs festivals européens (des contacts sont pris avec les organisateurs du festival de **Dour**, de **Sziget**, des **Eurockéennes**, de la **Route du Rock**...).

Fabchannel n'avait pas réussi à développer un modèle économique viable. Grandcrew tente à son tour de relever le défi. Je peux vous dire que c'est couillu. Dans mon esprit, « start-up + internet », ça va super bien ensemble, mais dès que vous rajoutez « musique » dans le mix... Entre les majors du disque restés au 20ème siècle, l'absolue nécessité de générer un flux financier nécessaire à la rémunération de tous les acteurs de la « chaîne du live », en y ajoutant la sangsue **SACEM**, le tout en proposant quelque chose de qualité... À part confier la tâche à Ethan Hunt, Jack White (il peut tout faire) et Jack Bauer réunis, ça me paraît mission impossible. Heureusement chez Grandcrew, ils pensent différemment !



Le live pour tous

Commençons par la troisième problématique: proposer du contenu de qualité. Grandcrew filme et diffuse ses concerts en haute qualité, que ce soit au niveau de l'image et du son. La HQ, c'est le mantra-maison. Les concerts sont filmés de manière assez classique: on a l'impression d'être devant un DVD live, sans recherche artistique aussi poussée que chez **Vincent Moon** ou **Ray Concepcion**. Mais quand vous filmez **Monotonix** aux Eurockéennes, forcément il faut s'attendre à tout sauf à quelque chose de classique. Lors de la Route du Rock, Grandcrew a également réalisé des à-côtés en forme de sessions acoustiques (la jolie **St. Vincent** par exemple).

Stan Bertin est en charge de la ligne artistique et Anousonne Savanchomkeo des partenariats et de la communication (et de répondre aux questions des blogueuses curieuses). L'équipe est très branchée artistes indépendants: Grandcrew soutient la création musicale et ne filme et met en avant que les artistes ayant une vraie valeur artistique. Ce concept de valeur artistique peut être débattu, jugez plutôt: **Beach House, De La Soul, Black Lips, Crystal Antlers, Ratatat, Roots Manuva, Gush, Svinkels, Baden Baden, Vetiver, Vandaveer, HEALTH, The Heavy, The Asteroids Galaxy Tour** ... Notez que ces choix ressemblent beaucoup aux miens, je ne suis donc pas très objective. À vous de juger si ces groupes ont une vraie valeur artistique!

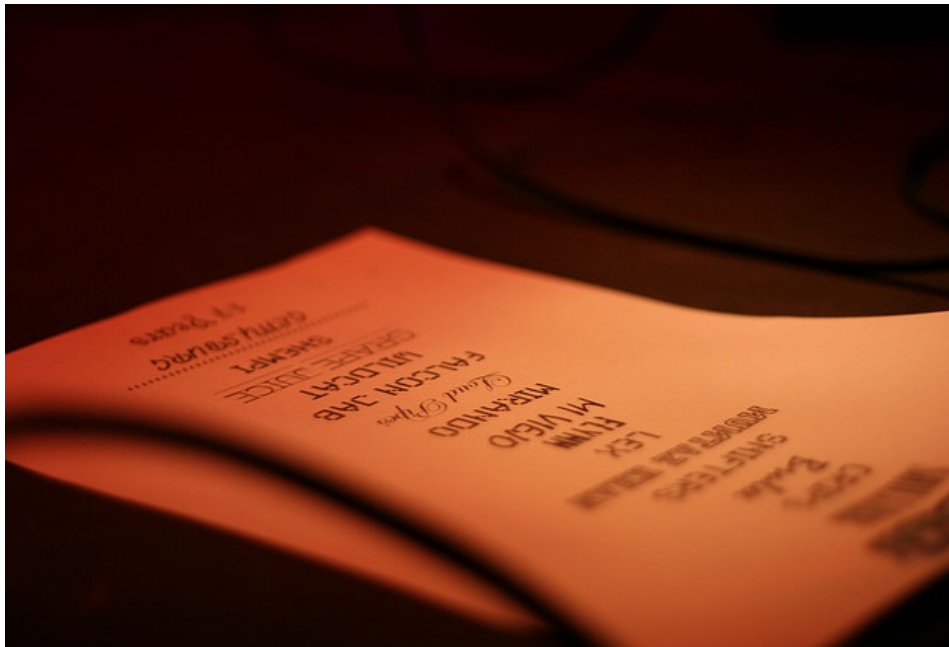
La question de la rémunération

La seconde problématique: rémunérer tous les acteurs de la chaîne du live, c'est-à-dire le label, le producteur (le tourneur ou la salle directement), la salle et la **SACEM**.

Aaaah, la SACEM. Elle collecte et gère les droits d'auteurs des œuvres musicales de ses adhérents. Notez que la SACEM relève du droit privé, bien qu'elle soit chargée d'une mission de service public, ce qui fait qu'elle n'est pas soumise aux organismes publics de contrôle comme la Cour des Comptes. Notez aussi que la SACEM refuse à ses adhérents de diffuser sous des licences ouvertes comme la licence **Creative Commons**. Elle interdit aussi à ses adhérents de diffuser gratuitement leurs œuvres sur Internet, sauf sur leur propre site officiel (en écoute, mais pas en téléchargement), alors qu'ils en sont eux-mêmes les créateurs. Aaaaah, la SACEM.

Mais il faut faire avec. Et Grandcrew met un point d'honneur à vouloir rémunérer tous ceux qui font que les concerts qu'ils filment soient possibles. Ainsi que la SACEM.

Jusqu'à présent, tout le contenu de Grandcrew était accessible gratuitement. Il fallait que le site se fasse un nom sur la Toile et prouve qu'il existe une demande pour ce qu'il propose. Convaincue que c'est le cas, et soutenue par les salles partenaires, ses investisseurs privés, la blogosphère musicale et surtout ses utilisateurs, l'équipe de Grandcrew passe maintenant à l'étape suivante: mettre en place un modèle économique viable et équitable.



Car pour le moment, les fins de mois sont difficiles. Filmer et diffuser un concert coûte cher. Dans cette affaire, il n'y a que Grandcrew qui prend des risques : le label et la salle récoltent sans rien payer les fruits promotionnels que sont les concerts diffusés sur le site. Payer la SACEM, l'équipe, l'enregistrement du concert, le montage, le site, le serveur, la communication... Grandcrew peine à garder la tête hors de l'eau. Il est temps pour eux de rentabiliser au maximum leur contenu, sans dévier de leur ligne éditoriale et artistique exigeante.

En clair, il est temps pour nous, internautes, d'accepter le fait que si on veut du contenu exclusif et de haute qualité, déboursé quelques euros est nécessaire. Comme on peut le lire sur la page d'accueil en forme de pierre tombale de Fabchannel :



the mantra stays the same: no money, no content.



Contrairement à la radio ou à la télé, Internet n'est toujours pas perçu par l'industrie musicale comme un partenaire. On se situe toujours dans la phase de cohabitation où chacun se jette des assiettes à la gueule. Sur Grandcrew, donc, il y aura toujours des concerts gratuits, et toujours un titre gratuit par concert. Pour le contenu payant, concrètement, ça donnera ça :

- Streaming : 1,99 ou 2,99€ par concert selon l'artiste et la taille de la production

- Téléchargement : 9,99€ pour la vidéo (format mp4), 8,99€ pour l'audio (séquenté et proposé au format mp3 et format lossless – « sans perte de qualité »). Comptez 14,99€ pour le package vidéo + audio.

Ils réfléchissent également à une formule d'abonnement qui donnerait accès à tous les concerts. L'équipe de Fabchannel y avait réfléchi également, mais s'était rendue compte qu'ils n'avaient pas assez de contenu à proposer à leurs abonnés pour justifier le prix de l'abonnement. Grandcrew ne devra pas donc pas ménager ses efforts et filmer un maximum de concerts intéressants ! L'objectif est de se positionner comme un véritable média, avec des news, des interviews, des chroniques de disques, et tutti quanti.

De plus, pour ceux et celles qui viennent physiquement au concert, Grandcrew vendra une carte de téléchargement au prix de 10€ qui leur permettra de télécharger le package vidéo + audio. Cette dernière offre est particulièrement intéressante je trouve. Imaginez: vous venez d'assister à un concert qui vous a mis sur le cul et vous voyez le stand Grandcrew qui vous propose de revivre le concert quand vous voulez, ou de le faire vivre à vos amis. Et quand Grandcrew se mettra à la 3D, je ne vous raconte même pas le délire.

De belles potentialités futures

Avant d'en arriver là, il y a du chemin. Le récent partenariat avec le Bataclan montre que les

salles sont de plus en plus intéressées par l'offre de Grandcrew. Les majors, comme d'habitude, sont en retard, très en retard. Un exemple : si Grandcrew veut filmer un artiste signé chez Universal, il y a d'abord géolocalisation du contenu (vous ne pourrez pas voir le concert si vous habitez autre part qu'en France, par exemple), et de plus la major n'autorise qu'un mois de diffusion.



Les majors mettent en place de grosses limitations sur l'exploitation de leur catalogue, comme la géolocalisation ou l'exploitation très limitée dans le temps. Rappelons que dans l'histoire, la major n'a strictement rien eu à faire (si ce n'est, comme on me **le rappelle en commentaire**, faire connaître l'artiste). Vous avez dit « délirant » ? Leurs patrons semblent toujours penser qu'Internet est en train de tuer l'industrie musicale. Internet ne fait que changer les règles du jeu et redonne à la création le premier rôle. Quand les majors auront compris ça, elles pourront peut-être cesser d'avancer à reculons.

Grandcrew.com est un site créateur de valeur ajoutée de très haute qualité, un outil promotionnel exceptionnel pour les artistes et les salles de concerts. L'offre est excellente, l'inconnue est la demande. Les internautes aficionados de concerts seront-ils prêts à payer ? Les labels, salles de concerts et festivals vont-elles finir par se rendre compte du potentiel rémunérateur du service proposé par Grandcrew ?

Créations de DVD, ventes de concerts à des chaînes de télévision, publicité sur le site... Toutes les manières de rentabiliser le contenu sont envisagées. Comptez sur Grandcrew pour ne pas se retrouver à la botte des annonceurs ou des labels, ou pour changer leur ligne artistique et se retrouver à filmer Lady Gaga. Croître en notoriété sans perdre de vue son « éthique » est un sacré défi.

Et puis comme me le souffle Anousonne : « *faire un White Stripes chez Beggars ce serait le rêve* ». Tu m'étonnes. En attendant Jack White, Grandcrew travaille actuellement sur d'autres grands artistes. Du très lourd. Stay tuned !

Article initialement publié sur le blog " **Le Choix de Mlle Eddie** "

Crédits photos : Flickr CC **parttimemusic ; joostnuijten ; drakelelane ; haniamir**

ALAINW2

le 2 mai 2011 - 16:31 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

ma fille étudiante en Business School et intéressée par la filière musicale me fait passer un lien vers votre site que je ne connais pas.

Je me présente: Je suis compositeur de musique, et, je vous cite "La seconde problématique : rémunérer tous les acteurs de la chaîne du live, c'est-à-dire le label, le producteur (le tourneur ou la salle directement), la salle et la SACEM."

*si vous permettez je souhaiterais juste vous faire passer une notion que vous semblez oublier dans votre raisonnement, ci dessus à savoir: les artistes!
Pour vous ne font ils pas partie de la "filière"?*

quand a votre expression la sangsue Sacem, permettez moi de vous rappeler (ou de vous apprendre) qu'elle reverse 88% des sommes qu'elle collecte aux... créateurs des

chansons qu'interprètent les gens qui sont filmés dans les concerts (Jack White y compris) et qui eux aussi vivent dans un monde où le bifteck reste payant (dommage j'aime bien la viande)

Bien cordialement.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE