

SAUL WILLIAMS : L'ART DU "DO WHAT YOU WANT"

LE 28 FÉVRIER 2011 OWN MUSIC

Saul Williams nous a accordé un entretien lors du Midem 2011. Il y parle de transparence et de l'intégrité qui en découle, de Pay What You Want et de son retour à un schéma commercial plus classique.

Nous avons rencontré **Saul Williams** lors du **Midem 2011**, le marché international du disque et de l'édition musicale, alors que la sortie de son nouvel album **Volcanic Sunlight** est prévue pour le printemps 2011.

Saul Stacey Williams est poète, acteur, écrivain, chanteur, rappeur, artiste multi-instrumentiste...c'est un slammeur reconnu lorsqu'il est sollicité pour tenir le rôle principal du film de **Marc Levin Slam** en 1998. Il sort deux albums avant d'offrir *The Inevitable Rise And Liberation Of Nigggytardust*, un album co-écrit et co-produit par **Trent Reznor**, le fameux leader du groupe **NIN** (Nine Inch Nails), en 2007 et en **Pay What You Want** (ou Prix Libre).



A Cannes, il n'a accepté qu'une seule interview, celle d'**OWNmusic** et après avoir annulé tous les concerts prévus en Europe, il a gardé la seule date du **Midem Talent**. Une première date face à un parterre de professionnels, qui montre à quel point cet artiste est un explorateur visionnaire, provocateur, dont le talent ne peut être ignoré puisque son succès a été maintes fois validé et que l'attente du prochain album semble interminable pour les fans.

Saul nous reçoit dans sa chambre d'hôtel. Sa voix grave est apaisante, son discours aussi intègre que sa musique. Saul Williams est connu pour être un artiste "hors piste", il est un concept à lui tout seul et cette rencontre nous a permis de comprendre la particularité de sa démarche.

Il nous explique sa perception des changements qui s'opèrent dans le monde et comment selon lui la musique et les arts en général peuvent en bénéficier. Saul a été l'un des premiers à être honnête avec son public en se réappropriant le choix qu'il avait déjà, celui de payer ou pas pour ses créations. Saul n'est pas un homme rebelle avec un esprit de contradiction systématique, mais il sait que la vie est une question d'équilibre et que chaque projet est à traiter au cas par cas.

Nous savons que cette vidéo ne pourra en aucun cas reconstituer ce que dégage le personnage, mais nous estimons que son discours est pertinent, même si les sujets abordés dans cette interview sont analysés chaque jour par des journalistes. Nous trouvons captivant que pour une fois, cette ère de mutations soit évoquée par un artiste et non un professionnel du secteur.

Ci dessous, l'interview réalisée par OWNmusic:

Jeepers!

This video can't be played with your current setup.
Please switch to a browser that provides native H.264 support or install [Adobe Flash Player](#).

Premier clip extrait de l'album "Volcanic Sunlight" : *Explain My Heart*

Saul Williams a lancé la promotion de *Volcanic Sunlight* en Novembre avec **une campagne QR code**. En scannant ce code à l'aide d'un smartphone, vous pourrez télécharger gratuitement le premier extrait intitulé *Explain My Heart* en échange d'une adresse email:



Retrouvez l'interview intégrale, bientôt sur **OWNImusic**.

—

Montage vidéo : Romain saillet. Crédit musique : Artner

Illustrations CC Flickr: **lavid**

2 pings

C'est quoi l'équation idéale pour vendre sa musique? » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques le 4 mars 2011 - 18:26

[...] Et pourtant, même pour les jeunes groupes, la signature sur un gros label reste un des premiers objectifs. Frida Hyvonen nous confiait récemment que sa signature chez Universal Publishing, après trois albums en production et distribution indépendantes, était un soulagement : plus d'argent et donc plus de temps pour créer et pour enregistrer. C'est effectivement encore là que les moyens de production sont concentrés, et que les artistes sont chouchotés. On comprend ainsi que les gros, type Daft Punk ou Dr Dre ne cherchent pas à se séparer de ceux qui leur offrent sécurité et visibilité (voire matraquage médiatique). Et le rapport de force s'inverse : les maisons de disques signent aujourd'hui des contrats qui bénéficient plus aux artistes qu'avant. Les labels sont devenus les employés des artistes. [...]

Dis moi comment tu vends ta musique, je te dirai qui tu es » Article » OWNI, Digital Journalism le 5 mars 2011 - 11:04

[...] Et pourtant, même pour les jeunes groupes, la signature sur un gros label reste un

des premiers objectifs. Frida Hyvonen nous confiait récemment que sa signature chez Universal Publishing, après trois albums en production et distribution indépendantes, était un soulagement : plus d'argent et donc plus de temps pour créer et pour enregistrer. C'est effectivement encore là que les moyens de production sont concentrés, et que les artistes sont chouchoutés. On comprend ainsi que les gros, type Daft Punk ou Dr Dre ne cherchent pas à se séparer de ceux qui leur offrent sécurité et visibilité (voire matraquage médiatique). Et le rapport de force s'inverse : les maisons de disques signent aujourd'hui des contrats qui bénéficient plus aux artistes qu'avant. Les labels sont devenus les employés des artistes. [...]