



Compte-rendu de la réunion organisée par le Bureau Export et le CNV

5 septembre 2003

Le spectacle vivant dans les PECO

Intervenants :

- Frédéric Pinard, Ambassade de Varsovie
- Gabriel Marton, Ambassade de Budapest
- Mikolaj Ziolkowsky, Agence Alter Art (Pologne)
- Bialka Wlodarczyk, Bureau Export à Moscou
- Oxana Melnitchouk, Lavina Music (Ukraine)
- Fernando Ladeiros Marques, Agence Gato Loco Productions

Ordre du jour :

| | |
|--|---|
| Préambule | 2 |
| Le spectacle vivant dans les PECO | 3 |
| La musique française dans les PECO | 4 |
| Intervention de Fernando Ladeiros Marques..... | 5 |

Rencontres professionnelles

Préambule

Cette première réunion d'information destinée aux professionnels français du spectacle vivant organisée par le Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz et le Bureau Export de la Musique Française s'est déroulée le 5 septembre dans les nouveaux locaux du CNV. Cette première rencontre sera suivie d'autres réunions d'information et d'échanges qu'organisera le CNV dans le cadre de son centre de ressources.

Objectif

Au printemps 2004, dix pays vont rejoindre l'Union Européenne. A l'approche de cet élargissement, des interrogations, des réticences, des craintes se font entendre à tous les niveaux. Ces sentiments sont accrus pour la Russie et l'Ukraine. Dans ces pays encore communistes il y a 10 ans, les professionnels occidentaux de la musique ont souvent une image de marchés musicaux pirates et du folklore. Ces images et méfiances à l'encontre de ces pays reposent d'abord sur l'ignorance. C'est le constat du déficit d'informations et de connaissances sur ces marchés qui fut le moteur de notre projet.

Outil

Chaque participant s'est vu remettre à son arrivée un jeu de 5 cahiers Export produits par le Bureau Export. Un cahier Export rassemble une présentation globale du pays, un panorama du marché du disque et un répertoire de contacts sélectionnés. Vous pouvez retrouver dès à présent les cahiers consacrés à la Pologne, la Hongrie, la République Tchèque, la Russie et l'Ukraine sur le site Internet : www.french-music.org dans la rubrique « Documents you can consult ». A noter que le document sur la Russie ne concerne que le spectacle vivant. Un cahier complet sera en ligne d'ici la fin de l'année.

Déroulement

32 structures françaises étaient présentes et 5 intervenants ont présenté le spectacle vivant en Pologne, Hongrie, Russie et Ukraine :

- Frédéric PINARD, Attaché audiovisuel à l'Ambassade de Varsovie
- Gabriel MARTON, Attaché audiovisuel à l'Ambassade de Budapest
- Mikolaj ZIOLKOWSKY, responsable de l'agence polonaise Alter Art
- Bialka WLODARCZYCK, correspondante du Bureau de la Musique Française à Moscou
- Oxana MELNITCHOUK, responsable du service international de la maison de disques indépendante ukrainienne Lavina Music.



Le spectacle vivant dans les PECO

Constat unanime : les populations préfèrent dépenser leur argent dans un concert plutôt que dans un CD. Il y a donc beaucoup plus une culture du concert que du disque.

Les villes clés

En règle générale, les artistes internationaux ou européens jouent uniquement dans les capitales ou les grandes villes.

Les genres musicaux en vogue

La pop et le rock largement influencés par les Américains et les Britanniques sont les genres les plus populaires. Le jazz reste la musique des « intellectuels ». Les musiques électroniques rencontrent un succès croissant auprès de 15-25 ans. Les compilations Lounge sont tout particulièrement appréciées. Ces pays s'ouvrent progressivement à la world, notamment en Hongrie et en Russie. En Pologne, la musique ethno remporte un énorme succès.

Les questions techniques

- **Les promoteurs.** Ce sont les véritables acteurs du spectacle vivant dans les pays de l'Est. Le nombre d'agences principales ne dépasse pas 5 ou 6.
- **Les visas.** Les artistes français n'ont pas besoin de visas pour la Pologne, la Hongrie et la République tchèque. Pour la Russie et l'Ukraine, obtenir un visa peut prendre entre 2 jours (invitation privée) et 2 semaines (invitation Ambassade). Selon la période de l'année, il est préférable de contacter une agence qui se chargera des démarches au Consulat de Russie.
- **Les salles.** Elles se développent dans tous ces pays, en l'occurrence grâce aux trademarks. Les clubs sont de plus en plus nombreux. Notre correspondante en Russie nous a fait part qu'à Moscou ceux-ci poussaient comme « des champignons ». Bâties sous l'ère communiste, il existe de grandes salles pouvant accueillir entre 3 000 et 10 000 personnes.
- **La billetterie.** Gabriel Marton de l'Ambassade de Budapest a attiré notre attention sur la vente importante des billets au marché noir qui découle du communisme.

Les festivals

En Europe Centrale et Orientale, il existe encore très peu de grands festivals avec une programmation musicale internationale. Et les programmations sont en règle générale pop ou rock. Toutefois, les festivals de jazz qui avaient lieu avant la chute du Communisme accueillent des artistes internationaux de grande renommée. Le festival Sziget qui a lieu la 1^{ère} semaine d'août en plein centre de Budapest est le plus grand festival en Europe. Il s'étend sur 7 à 10 jours et accueille près de 500 000 visiteurs. En Ukraine, la plupart des festivals sont gratuits. Ils ont lieu un peu partout dans le pays. La saison culturelle s'étend de mai à septembre. En Russie, les grands festivals sont 100% russes.

Les trademarks

Les trademarks soutiennent de plus en plus les concerts et festivals. Ainsi, les salles sont détenues par de grands groupes économiques. En Hongrie, Bouygues et Accor sont devenus des sponsors incontournables. En Ukraine, ce sont les trademarks telles que Nemiroff (vodka) ou Obolon (bière) qui sont les agences de concerts. Les artistes bénéficient alors de plans de promotion ambitieux.



Les médias

En Ukraine, la place de la télévision est essentielle. C'est la présence de clips-vidéo qui fait la promotion d'un artiste ou d'un groupe. Si le clip d'un artiste est diffusé, il y a de grandes chances pour que son titre le soit aussi à la radio. Pour la promotion, il est ressorti qu'il n'y a pas de schéma type. Aussi chaque pays a sa stratégie.

La musique française dans les PECO

Une très bonne presse pour la musique française

Dans les pays d'Europe Centrale et Orientale, la musique française a très bonne presse. Soutenue par les autres intervenants, Bialka Woldarczyck a attiré l'attention des agents sur le fait qu'il fallait profiter de l'enthousiasme actuel des différents publics. En Ukraine, la culture française est synonyme de qualité. Pour tous les intervenants, il faut par conséquent entretenir ce sentiment francophile.

Soif de découverte de la part de ces publics

Frédéric Pinard, ancien Attaché audiovisuel à l'Institut Français de Varsovie et initiateur de la « République de la Musique » avec l'agence Alter Art, société polonaise de promotion et d'organisation de concerts, a été le premier à souligner l'importance des manifestations françaises. Car, même si l'artiste n'est pas connu du public, la soif de découverte est tellement grande que l'artiste français, qu'il soit connu ou non, est bien accueilli. Le concert est alors souvent un succès. La 1ère année peut être difficile, mais les tentatives sont payantes.

Les genres musicaux français qui s'exportent

- **Le rock.** Après la chute du mur de Berlin, les musiques anglo-saxonnes ont envahi les pays de l'Est. Les artistes locaux ou internationaux qui chantent en anglais sont suffisamment nombreux sur ces marchés. Un groupe de rock français qui chante en anglais n'a par conséquent aucune chance. Les gens préfèrent entendre chanter en français.
- **Les musiques électroniques.** Tous les intervenants ont souligné l'importance des musiques électroniques françaises. Devenues des modèles, les DJs locaux s'en inspirent.
- **La chanson.** La chanson française remporte de plus en plus de succès.

Les plateaux, saisons françaises et la fête de la musique

Durant la réunion, tous ont mis l'accent sur la présence indispensable de **plateaux mixtes** : un artiste français et un artiste local. En Hongrie dans les Instituts Français ou services culturels des Ambassades, les actions musicales sont souvent accompagnées d'actions cinématographiques. En outre, les artistes européens sont de plus en plus appelés pour faire les 1^{ères} parties des stars locales.

Désormais, presque tous les services culturels des Ambassades ou des Instituts français organisent **une fête de la musique**. C'est devenu un rendez-vous incontournable dans beaucoup de villes de l'Est. Elle a eu lieu pour la 1ère fois à Moscou en juin et a remporté un vif succès.

En Ukraine, une **saison française** est prévue à partir d'avril 2004. C'est une manifestation intergouvernementale.



Intervention de Fernando Ladeiros Marques

Fernando Ladeiros Marques, responsable de l'agence **Gato Loco Productions** et fondateur des **Euroconnections**, nous a fait part de ses expériences dans les pays d'Europe centrale.

Les Euroconnections, exemple de festival en Europe Centrale, regroupent différentes manifestations dans toute l'Europe : concerts mensuels et festival itinérant en Europe Centrale. Ce projet mensuel est né à Prague en 1998 et a pu, grâce à un succès évident, se transporter dans d'autres capitales.

En effet, après quatre éditions à Prague et trois à Budapest (plus quelques dates ponctuelles à Berlin et à Bratislava), le projet Euroconnections est devenu un événement phare en Europe Centrale. Aujourd'hui, outre Prague et Budapest, c'est au tour de Zagreb, de Sarajevo et de Sofia de manifester leur intérêt pour le projet en accueillant chaque mois les Euroconnections 2003.

Parfaitement représentatifs des scènes nationales et bénéficiant d'une bonne notoriété dans leurs pays respectifs, des artistes français, locaux et européens se produisent, sous forme de plateaux mixte (un artiste français accompagné d'un artiste européen) dans chaque ville d'accueil. Lors de chaque concert Euroconnection, ce plateau est parrainé par un artiste local renommé.

Fernando Ladeiro Marques a confirmé ce que les intervenants de Pologne et de Hongrie avaient affirmé. Ces publics mélomanes ont en effet soif de découverte et les musiques électroniques se développent de plus en plus.

Il a par ailleurs souligné que les professionnels locaux s'investissent beaucoup tant au niveau humain que financier.

Il est donc très important de ne pas avoir peur de partir à la découverte de ces pays : l'organisation d'une tournée peut être payante, et le public étant fidèle, peut signifier de nouvelles invitations dans le futur.





Bureau Export de la Musique Française à Paris

2 rue de la Roquette - Passage du Cheval Blanc, Escalier Avril 75011 Paris

Téléphone : 01 49 29 52 10 – Télécopie : 01 49 29 52 24

burex@french-music.org – www.french-music.org



Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz

9 boulevard des Batignolles 75008 Paris

Téléphone : 01 56 69 11 30 – Télécopie : 01 53 75 45 61

info@cnv.fr – www.cnv.fr