



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

18 avril 2007

## Le spectacle vivant en Italie

### Intervenants :

- Giusy NIBBI, Italia Wave, Florence
- Giorgio MARTELLI, Musica 90, Turin
- Marco ERCOLANI, Barleys Arts, Milan
- Romain COARD et Nicolas TENU, Tilt, Rome

### Ordre du jour :

|                                                                           |   |
|---------------------------------------------------------------------------|---|
| Présentation de chaque professionnel italien .....                        | 2 |
| La situation des maisons de disques .....                                 | 4 |
| Les concerts : public, salles, esthétiques .....                          | 4 |
| Les différences France / Italie dans le domaine du spectacle vivant ..... | 6 |
| Conclusion : quel conseil ? .....                                         | 6 |
| Contacts .....                                                            | 7 |

Rencontres professionnelles

## Présentation de chaque professionnel italien

**Tilt Music** est une société de conseil, récemment créée par 2 jeunes Français basés à Rome, dont l'ambition est de renforcer et de développer la présence de la musique française sur le marché italien. Leur présence et leur réseau sur le territoire italien leur permettent une diffusion rapide et des solutions sur-mesure pour pénétrer le marché. Ils proposent différents services : promotion, synchronisation, booking, recherche de partenaires (distributeurs, licences). Leur objectif principal est la coordination des différentes actions afin de donner à leurs partenaires les meilleures chances de succès pour leurs artistes. Ils ont également la volonté de travailler sur la synchronisation car c'est un outil très peu utilisé par les Français.

Tilt travaille tout style de musique sauf classique. Elle travaille entre autres avec les artistes suivants : Hocus Pocus, Beat Assaillant, Sayag Jazz Machine, Winston MacAnuff, Groundation, etc.

**Musica 90** est une structure créée en 1990 à Turin, pionnière en matière de musique du monde. En fait dès 1987, trois amis âgés de 20 ans organisent un 1<sup>er</sup> concert, celui de Touré Kunda dans le Palais des Sports. 2 000 personnes y assistent. En 1989, organisation de la tournée de Khaled en Italie.

Musica 90 organise le festival "Dalle Nuove Musiche Alle Suono Mondiale" qui a été le premier festival de musique du monde qui est en fait une saison : 8 concerts au printemps et 8 concerts à l'automne. En 2007 ce sera la 18<sup>ème</sup> édition.

Musica 90 est aussi chargé de la programmation des festivals "Art Live – Festival Internazionale di Contaminazioni", "Torino World Music Meeting" et "Sentinelle delle Alpi".

Depuis 2001, M90 Produzioni produit des concerts et organise des tournées en Italie et en Europe d'artistes italiens et internationaux de jazz et world music principalement (pop ou electro/pop dans une moindre mesure).

Quelques artistes de leur roster : Gonzales, Souad Massi, Ray Lema, Daby Toure, Daara J, Faudel, Khaled, Tinariwen, Aline de Lima.

Musica 90 prend tout en charge : booking, promotion, organisation...

**Barley Arts** est la plus grosse agence indépendante. Elle a été créée à Milan en 1979 par Claudio TROTTA dans un contexte où plus personne ne venait jouer en Italie. En effet les années 70 ont été une période difficile durant laquelle il y avait beaucoup de problème dans les concerts notamment avec la police.

Aux débuts de l'agence, c'était la musique folk et le blues puis le hard rock et le métal. Barley Arts a été la première à faire venir Metallica, Guns and Roses dans les années 80.

Dans les années 90, l'agence a développé la carrière d'artistes nationaux.

Maintenant, Barley Arts organise beaucoup de concerts d'artistes internationaux. Mais elle travaille aussi avec des groupes qui remplissent de toutes petites salles.

Activités :

- Promotion artistique



- Production de concerts et tournées pour des artistes étrangers (Bruce Springsteen, Sting, 50 Cent, Tom Waits, The Cure, Pearl Jam, Queen + Paul Rodgers, The Chemical Brothers, AC/DC, Phil Collins, Lorena McKennitt, Aerosmith, Lenny Kravitz, Kylie Minogue, Ray Charles, Paul Weller, Audioslave, Page & Plant, Barry White...)
- Production de festivals : Cornetto Free Music Festival, Flippaut©, Irlanda in Festa©, Monsters of Rock©, Sonoria©, Balkanika©, Laghi Lombardi in Festival©, Milano Blues Festival©, Roma Live©, Borderline©, Pistoia Blues Festival©...
- Création d'un label en 2004 : ArteNativa

**Le festival Arezzo Wave** a été créé en 1987 à Arezzo près de Florence. C'est un festival de rock qui a lieu fin juin en plein air pendant 6 jours. La prochaine édition se tiendra du 17 au 22 juillet 2007. Au départ, seuls des artistes italiens étaient programmés. Le festival a grandi avec l'expansion de la musique rock en Italie. Il est très vite devenu international et a eu très rapidement des rapports privilégiés avec la France. Son fondateur s'est beaucoup inspiré du Printemps de Bourges. Il a pour objectif de mettre sur la même scène des artistes émergents et des guest italiennes ou internationales. Quelques uns des artistes déjà programmés : Daara J, noJazz, Ilene Barnes, Emir Kusturica, Le Peuple de l'Herbe, Lura, Manu Chao, Mano Negra, Noir Désir, Cheb Mami, Orishas, St Germain, The Sunshiners, Zenzile, Laurent Garnier, Justice, Akli D, etc.

Il accueille 160 000 festivaliers. Le développement du festival n'était pas compatible avec la taille de la ville. Le festival a donc déménagé à Florence, ville avec laquelle les rapports étaient bons. L'entrée était gratuite jusqu'en 2005. Aujourd'hui le prix du billet est de 10€ mais l'entrée n'est payante qu'à partir de 21h. C'est une stratégie pour inciter le public jeune à venir voir les nouveaux talents qui jouent tôt dans la journée. En effet le public a plutôt l'habitude de sortir après le dîner qui se déroule entre 20h et 20h30 en Italie.

Le changement de statut du festival pour devenir une Fondation a été une exigence pour donner une dimension plus institutionnelle au festival.

En l'absence d'Alessandro CECCARELLI pour raison d'accident, voici quelques informations sur la société **ESTRAGON**.

La société ESTRAGON a pour activité :

- booking, management et production de spectacles  
Elle s'occupe d'artistes italiens : Afterhours (rock), Modena City Ramblers (folk rock, patchanka), Mau Mau, Perturbazione (rock), Super Elastic Bubble Plastic (rock), Lubjan (pop rock), Diva Scarlet (rock), Joycut (Rock) et le projet international intitulé "Songs with other strangers". Elle assure l'organisation des tournées de ces artistes.  
Les artistes internationaux avec lesquels elle travaille : The Twilight Singers featuring Greg Dulli and Mark Lanegan and The Posies (USA), Venus and Zita Swoon (Belgique), Michael Rother and Dieter Moebius (Allemagne), John Parish (Angleterre), Cooper (Pays-Bas), The Gentleman Losers (Finlande), etc.
- l'exploitation de l'Estragon Club, situé au nord de Bologne : c'est l'une des meilleures salles de concert en Italie. Sa capacité est de 2 000 personnes. Se produisent régulièrement dans cette salle les meilleurs groupes italiens et internationaux.
- Festivals : chaque année Estragon organise dans le Parco Nord Area, l'"Estragon Summer Festival". Ce sont trois semaines de concerts chaque jour du 24 août au 17 septembre. Estragon organise aussi « Bo-Sound/Rocker Festival » qui se déroule les premiers jours de juin ainsi que le « July Festival » en juillet en centre ville.
- Promoteur local : Estragon organise également des concerts en tant que producteur local dans la région d'Emilie Romagne. Elle travaille avec plusieurs salles : Diagonal Loft Club,



petite salle de 200 personnes à Forlì (65 km de Bologne), Bronson Club, salle de 400 places située à Ravenna et Hana-Bi, site de plein à Marina di Ravenna.

[www.bronsonproduzioni.com](http://www.bronsonproduzioni.com)

[www.diagonaloftclub.it](http://www.diagonaloftclub.it)

## La situation des maisons de disques

Giorgio MARTELLI explique les difficultés à travailler en Italie du fait des gros problèmes que connaissent les maisons de disques. Heureusement les modes de communication évoluent. Il est possible par exemple de travailler par le biais de My Space. Il conseille de s'appuyer sur les petits labels. La motivation et l'énergie se trouvent chez les petits distributeurs. Il faut vendre des disques après les concerts.

La FNAC est présente en Italie depuis peu de temps<sup>1</sup>.

Marco ERCOLANI confirme qu'en Italie, les maisons de disques ont vraiment des problèmes et le climat est très morose. Le disque d'or est à 50 000 exemplaires. Les maisons de disques ne parlent plus de disques vendus mais de disques distribués.

Par contre il n'y a aucun lien entre la vente de billets et la vente de disques. De faibles ventes de disques n'ont pas pour conséquence ni une faible ni une forte fréquentation des concerts et inversement.

## Les concerts : public, salles, esthétiques

Marco ERCOLANI note une spécificité italienne : il y a beaucoup de curiosité de la part du public mais cela n'est la garantie du succès. Récemment AYO est venue à Rome et Milan. Elle a vendu plus de 10 000 disques mais 300 personnes sont venues au concert (prix du billet 20€). Il faut cependant reconnaître que la promotion du concert a été faite assez tardivement.

### Où organiser des concerts ?

Il explique que pour faire des concerts les principales villes sont Milan et Rome. Milan en raison de la présence des médias et Rome car les maisons de disques sont là. Mais le problème est que tout le monde joue là et donc l'offre de spectacles est pléthorique.

<sup>1</sup> La Fnac est présente en Italie depuis 6 ans et compte aujourd'hui 5 magasins dans les principales villes du pays (Milan, Turin, Gènes, Vérone et Naples). Chaque magasin possède un Forum, espace accessible gratuitement, dans lequel chaque année se déroulent environ 300 événements culturels: présentations des livres, showcases musicaux, expos photographiques etc. Tous les genres musicaux sont présentés. Fnac soutient les talents musicaux, littéraires et photographiques et offre à son public une programmation culturelle qui tient compte des artistes confirmés et émergents.

La Fnac propose aux artistes produits en France et **ayant déjà une sortie d'album en Italie** de se produire en showcase dans les forums de l'un ou plusieurs de ses magasins italiens.

La Fnac peut prendre en charge la promotion des événements, les frais techniques et le frais de la SIAE (équivalent SACEM). Pour le reste (location de backline, frais de transport, logistiques, etc.), la répartition des frais sera évaluée au cas par cas, par rapport à l'artiste et au budget disponible au moment du showcase.

Les showcases pourront se dérouler toute l'année sauf en juillet, août et décembre. Vous devez proposer vos artistes au-moins **1 mois et demi avant la date souhaitée** du showcase. Celui-ci durera entre 30 et 60 minutes.

La promotion Fnac prévoit des mailings à la presse locale et nationale, la promotion dans le magazine "Contact" envoyé à tous leurs membres, la publication dans la brochure mensuelle des événements (environ 10.000 copies par magasin), la publication sur le site <http://www.fnac.it>. Pour les opérations spéciales, comme la Fête de la Musique, des flyers, pages publicitaires dans la presse nationale et locale, minisite et newsletter sont réalisés.

**Contact : Responsable Communication Giorgia Oddone / [giorgia.oddone@fnac.it](mailto:giorgia.oddone@fnac.it) / +39 02.72082313 et Fabio Ferlin / [comunicazione@fnac.it](mailto:comunicazione@fnac.it) / +39 02.72082309**



Il insiste sur l'importance du travail avec les agences de promotion.

Ses relations avec la France : Barley Arts travaille sur le pop et le rock plus commercial. Ils ont fait venir la Mano Negra, Noir Désir en 2004 (Milan – 3000 personnes, Bologne – 600 personnes et Rome – 600 personnes).

Guisy NIBBI décrit un contexte difficile pour la diffusion. La situation des salles de concert est assez désespérante car il existe peu de lieux aux conditions d'accueil professionnelles (sons et lumières de qualité font souvent défaut). Au Nord de l'Italie c'est plus facile.

Actuellement il y a un fort développement de la région des Pouilles où se créent des festivals ayant les moyens de faire venir les artistes.

En Toscane c'est très vivant. Il faut notamment penser aux villes ayant un pôle universitaire : Florence, Sienne, Pise...

Les gens sont très fiers de leur ville. Il est donc possible d'organiser des concerts dans des villes assez proches. Giorgio MARTELLI précise qu'il est très difficile de faire une tournée de 10 dates. Le seul artiste avec qui cela a été possible c'est Khaled. Il faut donc beaucoup de chances pour organiser 3 ou 4 dates suivies.

Giorgio MARTELLI rappelle que l'Italie est un pays très long (1500 km) et très régionalisé.

Rome est une ville à part notamment avec son auditorium qui a été conçu par l'architecte Piano. Il compte 3 salles. Mais le son amplifié de la grande salle n'est pas satisfaisant (elle a été créée pour des concerts acoustiques). Ce lieu fonctionne avec 50% d'autofinancement. Tous les événements importants passent à l'auditorium, toutes disciplines confondues.

Marco ERCOLANI précise qu'il y a beaucoup de villes où jouer : Milan, Florence, Naples...

La société Clear Channel est arrivée il y a 5 ans en Italie en rachetant deux agences de booking indépendantes (Barley Arts reste donc aujourd'hui la seule grosse agence indé).. Elle n'a pas encore les salles de concert mais l'exclusivité mondiale de certains groupes (Rolling Stones, Police). Clear Channel détient tous les panneaux publicitaires. Ce qui constitue un avantage considérable car l'affichage coûte très cher.

### Quid des esthétiques musicales et de l'électro

Guisy NIBBI précise que dans le cadre du festival, une scène est dédiée à la musique électro depuis 6 ans.

Nicolas TENU, explique qu'il est plus simple d'organiser des DJ sets. Il y a plus de lieux. Nouvelle Vague a fait 6 dates récemment. C'était leur deuxième tournée.

Marco ERCOLANI confirme que la scène électro française a une place à prendre en Italie. Le coût d'un DJ est plus bas. Par contre les billets pour les DJ sets sont plus élevés que pour le live.

Giorgio MARTELLI lui aussi a donné beaucoup de place à l'électro.

Le jazz italien fonctionne bien. Il y a des gros festivals de jazz notamment Umbria Jazz qui a un pouvoir important en Italie. Le live est très important pour le jazz. Il y a beaucoup d'échanges Italie/France dans le domaine du jazz.



Marco ERCOLANI, à propos du rock, souligne qu'il est possible d'organiser les choses à trois mois. Par contre dans le jazz il faut s'y prendre un an à l'avance.

## **Les différences France / Italie dans le domaine du spectacle vivant**

Giorgio MARTELLI dès le départ, a travaillé avec la France. C'est assez naturel car Turin est à 80 km de la France. Les différences entre les 2 pays tiennent à :

La France est beaucoup plus structurée, le parcours plus rigide : sortie de disque puis tournée. En Italie ce n'est pas ainsi.

Il y a également des visions différentes quant à l'évolution d'un artiste.

En France il y a beaucoup d'aides. En Italie le soutien n'est pas le même. Par exemple, cette année la ville de Turin a baissé sa subvention de 30% à Musica 90.

Malgré tout les différences ne sont pas si importantes.

Selon Marco ERCOLANI, en Italie, on travaille peu avec les mairies. Il n'y a aucun financement public mais des sponsors. Les aides de l'état vont à la musique classique.

Guisy NIBBI explique le travail d'explication qu'accomplit la fondation depuis 3 ans auprès des Ministères. Le résultat est seulement des intentions et rien de concret. Un projet de mettre en place des avantages fiscaux a été annoncé (mais pas réalisé). Une grande différence entre l'Italie et la France est le statut de l'artiste. En France il est plus encadré avec notamment la question du salariat.

Cécile HAMBYE du Bureau Export indique qu'il n'y a pas de bureau export en Italie mais que des actions sont menées : Un guide a été réalisé en 2003, des rencontres professionnelles ont été organisées en 2006 à Milan et une base de contacts est disponible sur le site Internet du bureau Export. Par contre, la société Tilt propose d'aider les professionnels français à exporter leurs artistes en Italie.

### **Conclusion : quel conseil ?**

Le conseil de Giorgio MARTELLI: il faut travailler avec des référents locaux. Trouver un partenaire motivé en Italie et travailler sur le moyen terme (3 ans).

Les conseils de Guisy NIBBI: les artistes français ont une très grande potentialité en Italie, il faut avoir de la patience.

Marco ERCOLANI insiste sur un point : un groupe français connu en France doit comprendre qu'il doit compter sur moins d'argent pour jouer en Italie.



## Contacts

### Bureau Export

Cécile HAMBYE

[cecile.h@french-music.org](mailto:cecile.h@french-music.org), + 33 1 49 29 52 17, [www.french-music.org](http://www.french-music.org)

### CNV

Pierrette Cazorla

[pierrette.cazorla@cnv.fr](mailto:pierrette.cazorla@cnv.fr), + 33 1 56 69 11 30, [www.cnv.fr](http://www.cnv.fr)

### Italia Wave,

Giusy NIBBI

[www.arezowave.com](http://www.arezowave.com), [guisy.nibbi@arezowave.com](mailto:guisy.nibbi@arezowave.com)

### Musica 90

Giorgio MARTELLI

[www.musica90.net](http://www.musica90.net), [giorgio@musica.net](mailto:giorgio@musica.net)

### Barleys Arts

Marco ERCOLANI

[www.barleyarts.com](http://www.barleyarts.com), [marco.ercolani@barleyarts.com](mailto:marco.ercolani@barleyarts.com)

**Tilt** [www.tiltmusic.tv](http://www.tiltmusic.tv)

Romain COARD

[romain@tiltmusic.tv](mailto:romain@tiltmusic.tv)

Nicolas TENU

[nicolas@tiltmusic.tv](mailto:nicolas@tiltmusic.tv)

### Estragon

Alessandro CECCARELLI

[www.estrakon.it](http://www.estrakon.it)

[cecca@estrakon.it](mailto:cecca@estrakon.it)







**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