

## DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LABEL

**Valery ZEITOUN,**  
**Universal**  
**Music France**

### En quoi consiste la fonction de directeur général de label ?

Je gère un label dans lequel on s'occupe des artistes et de leurs carrières. Pour cela je manage une équipe de quatorze personnes composée d'un directeur général, d'un directeur du marketing, d'un directeur artistique, d'attachés de presse, de chefs de produits, d'un business affair et d'un contrôleur de gestion.

### Concrètement, que faites-vous ?

Mon travail consiste à gérer cette équipe, signer des artistes, faire en sorte que les artistes déjà connus que nous avons continuent à faire de belles carrières et essayer de développer le label.

### Comment êtes-vous parvenu à ce poste ?

J'ai fait beaucoup de petits boulots car je n'ai pas suivi d'études. Je suis rentré par la petite porte dans le disque en tant que porte café puis assistant et au fur et à mesure j'ai gravi les différents échelons. J'ai pratiqué presque tous les postes qui peuvent exister dans une maison de disque.

### Pourquoi avez-vous choisi la musique ?

Parce que c'est un boulot où on ne se lève pas tôt le matin. Plus sérieusement c'est un métier de passionné dans lequel il faut avoir des convictions et j'ai ces deux traits de caractère. Au delà de l'aspect loisir que tout le monde voit, la musique peut avoir un aspect social important comme Woodstock l'a démontré il y a longtemps.

### Que voulez-vous dire par aspect social ?

Lorsque j'étais attaché de presse Khaled, un homme politique d'extrême-droite faisait 16% dans les sondages et chaque fois que j'obtenais un passage à la télé pour Khaled je contribuais à ce que les autres s'ouvrent un peu à d'autres cultures...

### Directeur Général dans un label musical est-il différent de directeur général d'une entreprise ?

Oui, cela n'a rien à voir parce que nous on gère des artistes. Au départ quand je signe un artiste, on est deux à y croire : l'artiste et moi. C'est donc un métier d'artisan et pas d'industriel. Il est basé sur les relations humaines. Les artistes comme tout le monde ont des hauts et des bas, ils peuvent avoir raison ou tort et il faut savoir les en convaincre quand ils sont dans la mauvaise voie. Pour cela il doivent faire confiance à leur producteur ce qui demande des années et des années de travail.

### Et par rapport à un label indépendant ?

Mon collègue qui dirige un label indépendant aura plus de stress car c'est son entreprise à lui et il est donc son propre patron. Maintenant on rencontre certains problèmes communs. Par exemple cela devient de plus en plus compliqué de se battre pour que nos artistes soient mis en avant dans les magasins qui réduisent la place qu'ils donnent à la musique.

### Aujourd'hui quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez ?

Il y en a beaucoup ! D'abord signer les bons artistes, ensuite les faire connaître au public. Même s'il existe de plus en plus de médias c'est de plus en plus difficile. Il y a aussi un problème lié au téléchargement illégal sur Internet. À cause de lui depuis trois ans on est en crise et du coup on signe moins d'artistes et on donne moins de chance à des jeunes.

### C'est si compliqué de signer les bons artistes ?

Il suffit de constater que peu d'artistes ont émergé ces dernières années. Je ne crois pas qu'il existe un génie caché au fond d'une cave que personne n'ait trouvé. Quand on a du talent on est connu. Mais cela veut aussi dire qu'il n'a pas beaucoup d'artistes connus, donc le but c'est de les avoir dans son label.

**On a souvent l'impression qu'il faut être passionné pour travailler dans la musique. Votre expérience le confirme-t-elle ?**

Il faudrait qu'on garde cette image là ! Il y a beaucoup de personnes qui pensent que les maisons de disque sont des imbéciles, qu'elles ne savent pas faire leur travail ni trouver les bons artistes et ne pensent qu'à prendre de l'argent. Les gens qui le disent ne connaissent rien à ce métier ! Il faut savoir qu'ici, des patrons aux attachés de presse, en passant par les chefs de produit tout le monde est passionné.

**La musique est donc avant tout un métier dans lequel il faut investir tout son cœur ?**

On ne travaille pas ici comme dans une entreprise d'état : on ne fait pas ses sept heures avant de rentrer à la maison. En général quand on travaille dans le disque, le soir on va voir des concerts, on est curieux et on écoute beaucoup de musique. Ce sont des métiers dans lesquels il faut être très ouvert sur l'extérieur et généreux dans sa démarche. C'est comme pour les professions médicales, il faut s'engager complètement et ne pas compter son temps. Si on veut venir dans une maison de disque pour avoir des horaires précis et une vie tranquille, ce n'est pas la peine. Il m'arrive régulièrement de me coucher à cinq heures du matin mais même si c'est un métier et un sacerdoce cela reste un plaisir.

**Conseilleriez-vous à un jeune de se lancer dans l'un des nombreux métiers du disque ?**

Oui s'il croit en lui. Il ne faut pas penser à la sécurité de l'emploi mais juste avoir envie d'y travailler et d'y faire ses preuves. Je vous garantis que mes stagiaires apprennent des choses et qu'ils trouvent souvent du travail à la fin de leur stage car ils n'apportent pas de café mais apprennent ce qui se passe sur le terrain. Ca fait quinze ans que je

travaille dans le disque et quinze ans que je me dis que cela peut s'arrêter du jour au lendemain.

**A votre poste, vous pouvez encore évoluer ?**

Oui soit en devenant indépendant ou président d'une major, mais je peux aussi rester à ce poste car je m'y sens vraiment bien.

**Quelle est votre plus grande fierté ?**

AZ ! Ce label a été créé il y a quatre ans au moment de Pop Stars et aujourd'hui il a des artistes comme Chimène Badi qui est pour moi une des plus grandes artistes de variété de notre pays, mais aussi Michel Sardou, U2, Kean, Grand Corps Malade,... Je suis en train de réussir mon pari qui est de faire un label éclectique dans lequel toutes les musiques ont leur place.

**Pouvez-vous illustrer votre métier en racontant comment vous avez signé l'un de vos artistes ?**

Grand Corps malade mettait la dernière touche à ses slams dans un studio du Palais des Congrès. J'étais dans une soirée privée dans laquelle je n'avais pas prévu d'aller. Un copain me dit tu devrais descendre au studio il y a un rappeur - mon copain s'était planté et ne savait pas que c'était un slameur - et écouter un titre. Mais j'étais de mauvaise humeur et j'avais l'intention de partir dix minutes plus tard. Comme il a insisté j'ai fini par aller voir Fabien, je me suis assis en lui disant que je n'avais le temps d'entendre que deux titres, et finalement j'ai passé plus de trois heures avec lui. J'ai écouté tous ses slams et lui ai proposé un contrat dans la foulée car j'adore ce qu'il fait et j'ai eu envie de le défendre. Il pensait démarcher les maisons de disques à partir du lendemain et il n'avait pas du tout prévu de commencer par la mienne... ■

## DIRECTEUR GÉNÉRAL

**Alain  
ARTAUD  
MACARI,  
V2 Music**

### En quoi consiste votre poste au sein de V2 music France ?

Je dirige une entreprise qui emploie dix-huit personnes. C'est un label indépendant donc une PME mais avec la particularité suivante : notre vocation consiste à découvrir et signer des artistes.

### Dix-huit personnes cela inclut-il les artistes ?

Non. Mes dix huit salariés exercent et représentent l'ensemble des métiers que l'on peut retrouver dans une maison de disque. Il y a des services que l'on retrouve dans toutes les entreprises comme la comptabilité, la finance, le juridique et après il y a un service promotion dont le but est de faire connaître nos artistes auprès des médias, un service marketing qui a pour vocation d'orchestrer la promotion, la commercialisation des disques et enfin un service artistique dont le but est de découvrir des artistes et de produire des disques.

### Quelle est la principale différence par rapport à un directeur général de label dans une major ?

Je dirige vraiment une entreprise et m'occupe aussi bien de manager la comptabilité, la finance, le juridique. Dans un label qui appartient à une major le directeur général dirige surtout le marketing, la promo et l'artistique, ce qui est déjà beaucoup.

### Quels sont les inconvénients et avantages d'un label indépendant ?

Je n'ai pas un catalogue international qui me permette de faire des ventes quoi qu'il arrive. Par ailleurs cela peut aussi être plus compliqué avec certains médias. Mais je ne suis pas obligé de mettre en avant un artiste international parce que quelqu'un a décidé qu'il devait marcher partout dans le monde. Du coup je n'ai jamais besoin de sacrifier les artistes locaux.

### Pourquoi avez-vous décidé de devenir directeur général de label d'une maison de disque ?

Je suis passionné par la musique depuis ma plus tendre enfance. A trois ans je regardais les disques et je les reconnaissais grâce aux couleurs et aux logos des labels. Puis je suis devenu musicien mais jusqu'à vingt ans je n'avais pas vraiment compris que les maisons de disque existaient. Je pensais que d'un côté il y avait des artistes et de l'autre le public et qu'ils se rencontraient tout simplement. Je n'ai jamais pensé à tout ce qui entourait la fabrication d'un disque et lorsque je m'en suis rendu compte, j'ai voulu marier ma passion et une profession en cherchant du travail dans une maison de disque.

### Votre expérience de musicien vous aide-t-elle dans vos relations avec les artistes ?

Je comprends la musique et sans vouloir paraître prétentieux je connais beaucoup de genres musicaux différents, ce qui m'aide à entendre mieux et à parler avec les musiciens en appréhendant bien le sujet.

### Quel est votre parcours ?

J'ai une Maîtrise de science économique. J'ai fait Science-Politique Paris et un DESS en études de marché que je n'ai pas terminé car j'ai trouvé du travail avant la fin de mes études. Professionnellement j'ai intégré le commercial puis le marketing, j'ai été chef de projet produit puis directeur de l'international puis du marketing international et national. Ensuite j'ai monté la marque Labels et aujourd'hui je dirige V2 Music France.

### Diriger une maison de disque, est-ce comme diriger n'importe quelle entreprise ?

Non. Je pourrais très bien fabriquer des yaourts ou des boulons, mais je suis dans la musique qui est spécifique car il faut être passionné. En effet on essaie de combiner la magie, l'irrationnel, la musique, les notes et les artistes pour mettre leurs disques sur le marché. On a un produit ou un bien culturel à forte connotation

affective et il y a des méthodes particulières à mettre en place.

### **Dans ce métier, qu'est-ce qui vous donne envie de vous lever tous les matins ?**

Parler à des artistes et travailler avec eux pour produire un disque. Ce n'est pas aussi simple qu'il paraît car on imagine toujours que pour produire un film il faut faire intervenir de nombreux corps de métier sans penser que c'est la même chose pour la musique. Produire un disque c'est travailler avec l'artiste et ne surtout pas le formater, lui trouver des bons studios d'enregistrement, des musiciens, sélectionner des chansons, éventuellement l'aider à trouver des auteurs ou des compositeurs, voire les deux, trouver une direction artistique,... Et c'est passionnant !

### **Aujourd'hui quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez ?**

Il y en a plusieurs. Déjà, on subit une concurrence anormale à cause du téléchargement illégal. Beaucoup de consommateurs ne se rendent pas compte que le marché a décliné de quasiment 40 %. Du coup les maisons de disque investissent moins, trouvent moins d'artistes, emploient moins de personnes et cela fait moins de jobs intéressants pour des jeunes qui veulent se lancer dans une carrière palpitante. Ensuite il y a un engorgement des médias qui sont de plus en plus conservateurs et trop sollicités. Donc il y a moins de place et c'est difficile d'exposer ses artistes que ce soit en télé ou en radio. Enfin comme il y a une crise et qu'on vend moins de disques, les magasins ont tendance à réduire la surface qu'ils accordent aux CD et ça entraîne une baisse des ventes.

### **Internet a-t-il tout de même des effets positifs ?**

Absolument et c'est super car c'est un nouveau média qui permet des possibilités qui n'existaient pas avant : on peut créer des sites, proposer des contenus exclusifs, de la musique en ligne sur les sites de téléchargement payant sur lesquels on peut acheter de la musique de qualité et sans virus facilement. Pour un label indépendant c'est important car à terme le numérique vendra plus que le disque. Il faut savoir que distribuer des albums coûte cher car il faut un réseau de vente ce qu'un label indépendant ne peut pas se permettre. Donc il est obligé de se faire distribuer par une major et de la payer. Enfin le web permet de parler directement avec les consommateurs de musique que l'on ne connaît pas assez.

### **Découvrez vous certains artistes de manière surprenante ?**

Il y a un an et demi Anaïs jouait dans un bar aux transmuscules de Rennes. Mon directeur artistique m'a dit de venir la voir. Quand on est arrivés on l'a entendu parler avec son accent canadien et cela ressemblait beaucoup à Linda Lemay. Au premier abord je me suis demandé pourquoi j'étais là. Quand elle a arrêté de jouer avec son accent j'ai compris qu'elle était géniale. Mon métier a donc consisté à la découvrir dans un bar où il n'y avait qu'une cinquantaine de personnes puis de la signer pour la faire découvrir à tout le monde.

Pour Nofell j'avais lu un article dans un journal qui disait qu'il avait inventé son langage. J'ai trouvé l'idée folle, je suis allé le voir sur scène et j'ai eu un coup de foudre immédiat. C'est vraiment un privilège de découvrir des nouveaux talents. ■