

## DIRECTRICE DE LA PROMOTION DE JIVE/EPIC un label de Sony BMG

Florence  
LABRY,  
Sony/BMG

### Que signifie directrice de la promotion ?

Je dirige une équipe de 12 attachés de presse qui défendent nos artistes de notre label auprès de tous les types de médias.

Mon travail consiste donc à coordonner et superviser cette équipe chargée d'exposer la musique des artistes français et internationaux du label à travers les médias traditionnels et nouveaux comme Internet.

Au quotidien cela veut dire mettre en place une ligne directrice et essayer de la suivre en tenant compte bien sûr, des impondérables, afin que chaque artiste bénéficie le moment voulu de la meilleure exposition médiatique en cohérence avec les actions marketing et commerciales.

### Comment faites-vous ?

J'ai, notamment, un rôle d'interface entre les médias et les artistes mais aussi en interne, auprès des équipes promo, marketing, artistique. Une fois qu'un album est enregistré, les artistes nous le « confient » et en ce qui concerne le service promo, nous nous devons de le faire diffuser sur les radios, dans les émissions de télévision et dans la presse.

### Quelles sont les différentes étapes de la médiatisation d'un artiste ?

Bien parler d'un artiste c'est déjà bien le connaître.

Tout commence en le rencontrant, en écoutant sa musique, en essayant de comprendre son univers, savoir quelles sont ses inspirations, ses références, en instaurant une relation approfondie pour la connaissance et la compréhension de son travail.

De là, se met en place, une stratégie de communication et d'outils en vue de la présentation aux médias

La chanson est envoyée aux radios et aux télévisions et les premières ITVS commencent chronologiquement par la presse du fait des délais de bouclage.

### Qui s'occupe de la promotion ?

Il y a une équipe répartie à présent en 3 pôles : la télé, la radio et la presse et, Internet sous peu. Au sein de chaque pôle il y a des spécialisations : les chaînes musicales, les talk show, les radios généralistes, les radios musicales organisées en réseaux nationaux, les radios de province, la presse quotidienne régionale ...

### Est-ce un travail d'équipe ?

Oui, car le label entier est impliqué et tout le monde travaille ensemble pour arriver à ce que les artistes soient le plus largement représentés dans les médias.

### Comment se déroulent vos journées ?

Je partage mon temps entre mon équipe, les artistes et les médias.

Dans une journée type je vais passer beaucoup de coups de téléphone (!!) mais aussi en RDV pour suivre l'avancée de la médiatisation de nos artistes, présenter de nouveaux disques, accompagner des artistes lors de leurs interventions médias notamment lors de plateaux de télévision, d'émissions de radios, d'événements spéciaux.

### Quelles difficultés rencontrez-vous ?

Il faut être très persévérant !!

Il faut avoir des convictions. Ce métier consiste à convaincre des médias très sollicités !

On ne peut pas avoir de certitudes ! même si on n'est jamais à l'abri d'une bonne surprise, on peut aussi parfois se décourager lorsque nous ne parvenons pas à avoir - en temps et en heure - les résultats escomptés.

Ce qui est parfois inconfortable mais fait avancer.

### Les artistes sont-ils systématiquement d'accord pour répondre à tout le monde ?

Chaque artiste étant différent, il est de notre ressort de déterminer ce qui nous semble important voire indispensable pour médiatiser leur musique et de les en convaincre.

**Comment les préparez-vous pour les interviews ?**

Il n'y a pas de petit manuel de l'interview ! Les artistes parlent naturellement de leur musique et de leur travail.

Malgré tout, il nous revient de leur donner quelques clés par exemple, que chaque interview s'adresse à un public qui ne le connaît peut être pas parfaitement, et que lors d'une journée de promotion pendant laquelle les interviews se succèdent, les mêmes questions peuvent être souvent posées.

**En quoi votre métier diffère-t-il de quelqu'un qui est directeur de promotion pour des objets ?**

Si on regarde très froidement ce qu'est le métier, toutes les promotions peuvent se ressembler. Le fait de travailler dans le métier du disque, avec la dimension humaine, le rend de totalement différent.

**Qu'est-ce qui vous plaît dans ce métier ?**

Il évolue beaucoup en ce moment avec tous les

nouveaux médias, et la période de mutation n'est pas finie ...

C'est aussi défendre des artistes aux univers aussi différents que ceux de Priscilla, Oasis, Shakira, Britney Spears, ... ce dont je ne me lasse pas !

**Quels sont les moments les plus agréables ?**

Il y en a plein, mais pour en citer quelques-uns : lorsque Amel Bent a reçu une victoire de la musique attribuée par le public et qu'on a vu son succès grandir.

On est tous aux anges, avec le succès de Kyo ou de Benabar.

Parfois, cela commence de manière assez difficile, par exemple il y a quatre ans avec Justin Timberlake qui a reçu un accueil assez prudent de la part des médias pour son premier album solo. A force d'acharnement et de persévérance tout le monde s'est rendu compte de la qualité de son disque. ■