

Victoire ?

Suite à un courrier de l'association E-nov, visant à reconsidérer les nominations pour la catégorie Musique Electronique des Victoires de la Musique, on a appris que cette édition ne récompenserait plus l'album de l'année mais l'artiste de l'année. Le changement n'est pas énorme mais il permet de souligner le fait que les artistes électroniques ne dépendent pas forcément d'une logique de sortie d'album. Après, une fois ce constat souligné, il paraît évident que le critère essentiel pour une nomination restera la sortie et la vente d'un album... Comme le prouvent les nominés de cette année, à savoir Justice, David Guetta, Bob Sinclar et Wax Tailor. On espère donc dans le futur, des DJ-producteurs sans album pourront bel et bien être nominés.

zepeople

Créé en 2002 par Alexandre Escarra, Zepeople.com est un site entièrement dédié aux soirées pour jeunes dans 4 grandes villes de France : Paris, Bordeaux, Lyon et Nantes. Il propose à ses membres, l'agenda hebdomadaire des soirées ainsi que des photos des soirées passées. La plateforme Zepeople.com compte aujourd'hui plus de 100 000 membres. Ces derniers ont la possibilité de s'inscrire sur la fiche d'un café, d'un club ou d'un établissement scolaire afin de rencontrer des membres ayant les mêmes goûts loisirs. Enfin, zepeople.com répertorie les cafés possédant une terrasse chauffée pour les membres fumeurs. Pratique ! Toutes les infos sur www.zepeople.com.

Madonna

Madonna, icône mondiale de la pop, n'a pas fini de nous étonner. A l'occasion de son cinquantième anniversaire, elle sort une biographie "trashy-comique" où se mêlent révélations improbables et humour décapant. De son enfance à ses premiers succès en passant bien sûr par ses échecs et ses tournées magistrales, Pierre-Alexandre Bescos, journaliste musical, choisit un angle comique pour brosser le portrait de la Madonne. Avec ce style délirant et souvent politiquement incorrect, les rires et les scoops sont garantis ! Un bon moyen pour tous de patienter jusqu'à la sortie de son prochain album prévu pour le premier semestre 2008.

"Madonna" de Pierre-Alexandre Bescos (Instant-mag).

DJ Web Radio

Du 15 au 30 mars, DJWebRadio, radio communautaire en ligne de musique électronique, lance un concours de DJ ouvert à tous et totalement gratuit. Le principe est simple, chaque DJ met ses mixes en fichier MP3 et invite ses amis à voter pour lui. Les 2 DJ's ayant récupéré le plus grand nombre de votes mixeront à l'occasion de la soirée officielle de lancement de DJWebRadio à Paris ainsi que dans un club londonien. Ils deviendront aussi résidents sur DJWebRadio.

Infos sur www.djwebradio.com.

Awdio, comme si vous y étiez...

Le groupe Awdio, fondé en 2006 par un groupe de jeunes entrepreneurs en musique, divertissement et design, propose un concept des plus originaux avec l'arrivée d'Awdio.com : diffuser via internet la musique des clubs et concerts dans le monde entier, en direct. Que ce soit en Australie, aux Etats-Unis ou en France, un système de localisation permet d'écouter de la musique live 24h/24 et 7j/7. Contrairement aux radios web qui disposent souvent de programmes pré-enregistrés, Awdio diffuse ses musiques en temps réel, soit en même temps que chacune de ses sources. Awdio offre une pré-inscription à tous avec un

"Awdio Tour" de 100 minutes. Chaque auditeur peut ensuite acheter un pack d'adhésion "Addict". Ce dernier donne droit, entre autres, à un accès illimité à toutes les sources pour seulement 8€ par mois. Bien entendu, Awdio garantit la redistribution des royalties entre les auteurs, compositeurs, musiciens, groupes ou DJ's. Côté clubbing, une sélection des meilleurs clubs internationaux a déjà été mise en place et il est par exemple possible de "vivre" une soirée au Zouk de Singapour à partir de chez vous... Toutes les infos sur www.awdio.com.

iMade lance les pré-ventes pour les clubs...

iMade.fr est site internet qui met à disposition des gérants de clubs des solutions alternatives répondant aux attentes des clubbers. Son offre principale est de favoriser la mise en place et l'utilisation des pré-ventes dans les discothèques. En effet, alors que les pré-ventes représentent 90% de la billetterie des concerts et spectacles, elles ne sont que très peu utilisées dans la gestion des entrées en clubs. Pourtant, des sondages montrent que les jeunes sont généralement demandeurs de ce type de service. Concrètement, les démarches sont très simples. Le gérant doit simplement créer sa boutique (gratuitement) qu'il exporte ensuite vers son site internet.

Les clubbers peuvent alors acheter leurs pré-ventes sur le site et obtiennent ainsi un billet ou un code à donner à l'entrée du club. La liste des pré-ventes est directement envoyée au gérant via son espace privé. Et les tests semblent concluants. Les Planches à Deauville, le Chakra à Rouen ou encore le Palacio à Caen ont tenté l'opération et constaté l'efficacité du système lorsqu'il s'agit de grosses soirées. Il est aussi possible de créer des pré-ventes prioritaires (pas d'attente à l'entrée), soit la certitude pour les clients habituels de ne pas rester à la porte lors des grosses affluences... Les pré-ventes offrent une multitude de possibilités et plein d'avantages, à la fois pour les professionnels et les clubbers.

Rendez-vous sur www.imade.fr.

Midem 2008



Photo ©ESANIV/CAMIDEM



Cathy & David Guetta et Martin Solveig lors des NRJ Music Awards

Le traditionnel salon du Midem avait lieu du côté de la Croisette fin janvier. A l'image de la météo (alternant grand soleil et grisaille), l'humeur palpable sur place était sensiblement la même que l'année dernière. Avec des chiffres toujours peu séduisants, l'industrie mondiale du disque ne affichait pas beaucoup de sérénité, même si on sentait de nouveaux espoirs naître ici et là. Les panneaux publicitaires géants à l'entrée du Palais et les immenses stands des marques de hi-tech rappelaient à quel point la musique était bel et bien devenue une industrie. Et que cette dernière devait à tout prix s'adapter totalement aux nouvelles logiques de consommation. La mobilité, l'interactivité et le digital étaient donc une année de plus les rois de la Croisette. Les plateformes de vente en ligne, par exemple, s'activaient pour démontrer les avantages et les nouveaux services disponibles. Les producteurs et les professionnels du disque essayaient quant à eux de signer des deals exclusifs pour se placer au mieux, sans pour autant céder à la facilité et à la vasteté de l'offre. L'affluence prouvait que le Midem reste encore un rendez-vous

important. Dehors ou au sein de l'immense

Palais, les rendez-vous allaient en tout cas bon train, avec un sentiment d'exigence de résultat. Business oblige, les journées étaient donc plutôt studieuses, et permettaient de se rendre compte de l'émergence de nouveaux territoires en pleine expansion. Comme pour toutes les industries, la musique fonctionne par territoire. De plus en plus, le Midem s'affiche comme une véritable aubaine pour les labels et producteurs de trouver des contrats de licence au niveau international, sur des territoires méconnus et parfois surprenants, tels que les pays asiatiques, l'Afrique du Sud, le Brésil, la Slovaquie... Autant de marchés à conquérir pour les indépendants et autant d'espoir de trouver de nouvelles sources de revenus, surtout dans le monde de l'électronique. Le village électronique était d'ailleurs assez tendu, suite au récent décès du distributeur Amato par exemple, et surtout face aux ventes intimes de vinyles. Pour la musique plus mainstream, l'ambiance n'était pas forcément plus enthousiaste, tout du moins au niveau du marché français. Le nombre croissant d'exposants et les innovations technologiques permanentes, (style plateformes peer-to-peer ou interfaces communautaires du calibre de Sonicbids) n'ont donc pas eu le mérite de satisfaire tout le monde. De toute manière, la majorité des professionnels a encore du mal à assimiler le nouveau modèle économique de la musique, l'idée de partage, d'évolution des supports et à fortiori la réduction des marges. Ce sentiment de traumatisme s'est d'ailleurs traduit par une certaine désaffection des soirées cette année, à l'image du pauvre Yuksek qui a fait son live devant à peine 100 personnes au Jimmiz. On a connu plus d'enthousiasme ! (LR)



Louie Vega @ Pschent



The Hacker @ Pschent



La traditionnelle soirée de clôture Pshent à l'Hôtel Martinez