

MARKETING MUSICAL

IDENTITE ARTISTIQUE

IMAGE MARKETING

Le but de ce chapitre est de préparer une biographie, une photo d'artiste et un scénario de présentation vidéo.

Pour réaliser une biographie, il faut définir son identité artistique à travers un texte et une photo d'artiste.

Les différentes notions abordées peuvent être des points de repères pour se (re)découvrir artistiquement et exploiter ses forces dans un projet artistique.

MARKETING MUSICAL

Nous allons aborder ici quelques notions de marketing musical.

Le marketing musical représente l'ensemble de processus pour diffuser son image et son message aux bonnes personnes dans le but de promouvoir au mieux sa musique et de développer son projet et sa carrière d'artiste.

Vous êtes musicien interprète ou compositeur, vous avez du talent, vous sortez du conservatoire. Votre but est de vous lancer dans une carrière professionnelle soit pour trouver une place d'enseignant ou de vivre de votre musique.

Comme enseignant, nous avons vu déjà la manière de procéder pour créer un CV, une lettre de motivation et une biographie.

Comme interprète ou compositeur, vous pouvez être un nouveau Mozart ou un nouveau Rubinstein, personne ne viendra vous chercher si vous n'arrivez pas à communiquer efficacement autour de votre musique.

Une agence artistique pourra le faire pour vous me direz-vous, mais malheureusement une agence artistique ne s'intéressera qu'à des artistes qui ont déjà un projet et une identité artistique établie ou en devenir.

Le but du marketing dans la musique ?

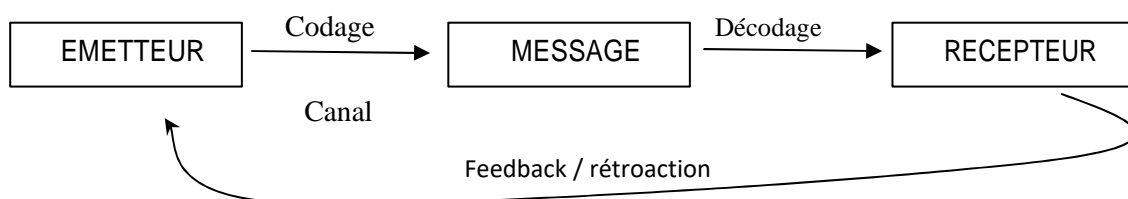
Il est très simple : faire connaître votre projet et vous donner les moyens de vous découvrir c'est-à-dire :

- faire connaître votre projet
- inciter le public à venir à vos concerts
- vendre des albums, du merchandising
- augmenter le nombre de vos téléchargements
- trouver de nouvelles dates de concerts, organiser de nouvelles tournées
- se faire programmer sur des festivals
- augmenter le nombre de vues de vos vidéos sur YouTube et les monétiser.
- développer votre base de fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Soundcloud, Twitter, etc.)

Avant tout, il faut resituer en quoi consiste **une communication**.

La communication est l'action d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un, mais également l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène. Elle consiste aussi à informer et promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique.

Concrètement, la communication réside dans l'acte de transmettre un message via un canal accessible à un récepteur. D'après le schéma de la communication de Roman Jakobson, un émetteur va coder une information sous forme de message (en paroles, en texte, en images, en symboles, en notation musicale, en gestes...) vers un récepteur qui décodera le message pour y donner une suite (feedback ou rétroaction).



Le but de la communication au niveau artistique est multiple. Elle doit permettre à l'artiste de se faire connaître par le public, de transmettre son identité musicale, mais aussi de s'insérer dans le milieu professionnel de la musique afin d'y construire ses propres projets, sa propre carrière artistique.

IDENTITE ARTISTIQUE

Construire son identité artistique

Il est important de définir son identité artistique tant au niveau des professionnels des médias (presse écrite, radio, télévision) mais aussi auprès des professionnels de la musique (directeurs d'établissements musicaux, producteurs de concerts, de festivals, de productions sur supports sonores et tout autre professionnel de la musique (éditeurs, critiques, attachés de presse, ...) que du grand public.

Dans tous les métiers artistiques, l'identité est au cœur du succès. Il est donc essentiel pour les artistes de consacrer leur attention non seulement à leur création mais également à la manière dont ils sont perçus par leur public. On parle même de plus en plus dans le milieu commercial de la musique d'identité marketing (adopter des tenues vestimentaires relatives à un projet musical, suivre un style musical sans en changer, ...).

Le principe de l'identité artistique est de se faire connaître, reconnaître et « se faire aimer » par le public. Si le public aime une vedette de la musique, quoi qu'elle fasse en musique, le public suivra ou y portera de l'intérêt.

L'identité artistique est l'élément essentiel d'un message. Cette information est la définition même de votre personnalité de musicien. Elle permet au récepteur de vous cerner plus précisément, de vous distinguer, de comprendre votre démarche, vos projets, votre plan de carrière.

Il est erroné de croire que seule la musique prime dans une carrière de musicien. A l'heure d'aujourd'hui, la musique est tributaire du musicien, de son image, de son identité, de sa personnalité.

A la recherche d'une identité artistique

La première question que vous devez vous poser est une question existentielle de premier ordre : ***pourquoi suis-je musicien ?***

A travers cette question, vous êtes-vous déjà demandé pourquoi vous faisiez de la musique ? Qu'est-ce qui vous anime, qui vous pousse à travailler des heures, des journées de la musique, à suivre des cours divers et complexes pour obtenir un diplôme de musicien et faire de la musique un élément essentiel de ma vie ?

Quel a été l'élément déclencheur dans votre vie pour vous amener à la musique ? Était-ce de votre propre volonté ?

Ces questions sont souvent floues chez certains jeunes musiciens, parfois plus claires à l'esprit mais souvent demandent d'y réfléchir un peu plus profondément. Les réponses sont essentielles bien entendu pour construire une identité artistique, une identité musicale...

Première étape donc, réfléchir sur soi-même, sur le parcours accompli, les origines de ce parcours et l'aboutissement que vous voulez lui donner.

Exemple dans une bio : *« Dès l'âge de quatre ans, Sarah n'a qu'une idée en tête, jouer du piano. Elle pianote déjà sur un petit piano que sa mère lui a offert. C'est pour elle la seule chose qui compte ! Plus intéressant que de jouer à la poupée ! Il lui faudra attendre l'âge de sept ans pour qu'elle puisse enfin suivre des cours de piano, et s'adonner pleinement à sa passion. Elle suit une formation musicale très poussée durant toute son enfance et son adolescence. »*

L'identité artistique définit aussi vos attentes au niveau musical, au niveau professionnel, vos ambitions, vos rêves, votre épanouissement personnel. Elle doit évoquer votre désir de partage de la musique, tant sur le plan du public et des auditeurs que sur le partage entre musiciens.

La deuxième démarche découle de la réflexion de la première : si maintenant, je vous demandais de vous présenter musicalement en une minute, que diriez-vous ?

Imaginez que vous êtes à la radio et le journaliste veut vous faire connaître aux auditeurs. En 60 secondes, vous devez être capable de lui dire pourquoi vous faites de la musique, ce qui vous attire dans le monde musical, quelles sont vos orientations, vos projets liés à votre vie musicale.

En fait, je vous demande ici de me donner votre **identité artistique**.

Afin de mieux vous aider à vous identifier artistiquement, essayez de définir votre style musical, votre propre esthétique, votre univers sonore. Vos influences ou filiations peuvent permettre de créer plus rapidement une image de vous auprès du récepteur. Vos qualités personnelles, vos compétences et aptitudes artistiques sont également des révélateurs de votre personnalité musicale.

Voici un petit questionnaire « *si j'étais... je serais* » qui peut permettre de mieux cerner vos choix, de prendre conscience de vos orientations parfois sous-jacentes à des idées que vous vous faites de vous-même.

- Si j'étais une époque, je serais ...
- Une œuvre musicale...
- Une partition classique...
- Une peinture...
- Une chanson...
- Un film...
- Un instrument de musique...
- Un compositeur...
- Un style de musique...
- Une tonalité...
- Un tempo...
- Une indication de mouvement...
- Un pays...
- Une école de musique...
- Un grand virtuose...
- Un orchestre...
- Un acteur (actrice) ...
- Une salle de concert...
- L'enregistrement que j'emporterai sur une île déserte...

Ce petit questionnaire n'est pas la voie essentielle pour découvrir son identité artistique, mais il est une amorce à votre propre réflexion sur vous-même. Il propose de déclencher cette introspection pour trouver votre identité.

A travers ce jeu de réponses, se dessinent certainement des tendances, des orientations susceptibles de définir une approche de votre identité artistique.

Il est donc important de livrer votre conception de l'art, de la musique mais aussi votre propre conception de l'artiste que vous êtes ou que vous souhaitez devenir. Pour cela, il est intéressant de communiquer ce que vous voulez défendre à travers un répertoire bien défini, une époque, un instrument ou à travers d'échanges avec d'autres artistes.

Tous ces éléments doivent être les constituants essentiels de la biographie artistique destinée aux médias, au public, aux professionnels de la musique.

Voici maintenant quelques **questions d'ordre personnel** qui peuvent vous être utiles dans une démarche de recherche d'une identité artistique. Certaines questions sont parfois dérangeantes mais méritent que vous y prêtiez attention. D'autres sont peut-être une remise en question. Ce questionnaire est strictement personnel, mais peut vous amener à trouver quelques réponses dans votre univers musical qui lui-même fait partie de votre vie.

Prenez le temps de réfléchir.

- Quelle vie souhaitez-vous ? Qu'est-ce que je veux dans ma vie ?
- Quelle serait ma vie idéale ?
- Que faire pour avoir la vie que vous souhaitez ? De quoi ai-je besoin ?
- Qu'est-ce qui vous empêche d'avoir la vie que vous souhaitez ?
- Que voulez-vous conserver dans votre vie ?
- Etes-vous prêt à changer quelque chose dans votre vie pour accéder à vos aspirations ?
- Qu'est-ce qui peut vous empêcher en-dehors de vous d'avoir la vie que vous voulez ? (Quels sont les obstacles extérieurs ?)
- Qu'est-ce qui m'empêche personnellement d'avoir la vie que je veux ? (Quels sont mes obstacles intérieurs ?)
- Citez trois choses que vous aimez par-dessus tout.

- Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans la musique ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le moins dans la musique ?
- Si quelqu'un de proche devait vous décrire en trois mots, que dirait-il ?
- Quel aspect, quel domaine en musique aimeriez-vous améliorer ?
- Quelles sont vos faiblesses en musique ?
- Que pourriez-vous faire pour améliorer ces lacunes, ces faiblesses ?
- Etes-vous heureux(se) avec la musique ?
- Quelles sont mes propres ressources sur lesquelles je peux compter pour réussir ?
- Qui sont les personnes qui peuvent m'apporter d'autres ressources pour réussir ?
- Que pourrais-je apporter à la musique ?
- Qu'est-ce que j'attends de la musique ?

De quoi avez-vous besoin ?

Pour atteindre certains objectifs dans une vie de musicien, certains **besoins** sont nécessaires. Essayez d'établir une liste de ce que vous auriez besoin pour atteindre vos objectifs professionnels.

- Parmi les besoins physiologiques, quels sont ceux auxquels vous devez prêter attention ? (exemple : alimentation, excès à modérer, sommeil, fatigue, ...)
- Parmi les besoins de sécurité matérielle, qu'auriez-vous besoin pour vous sentir bien ? (exemple : donner cours pour avoir une rentrée financière pour développer mes aspirations artistiques...)
- Avez-vous besoin d'appartenir à un groupe pour avancer dans la vie ?
- Avez-vous besoin de quelqu'un ou de personnes qui vous soutiennent, qui vous aident, vous encouragent et reconnaissent les valeurs qui sont en vous ? Qui pourrait entrer dans cette sphère relationnelle ?

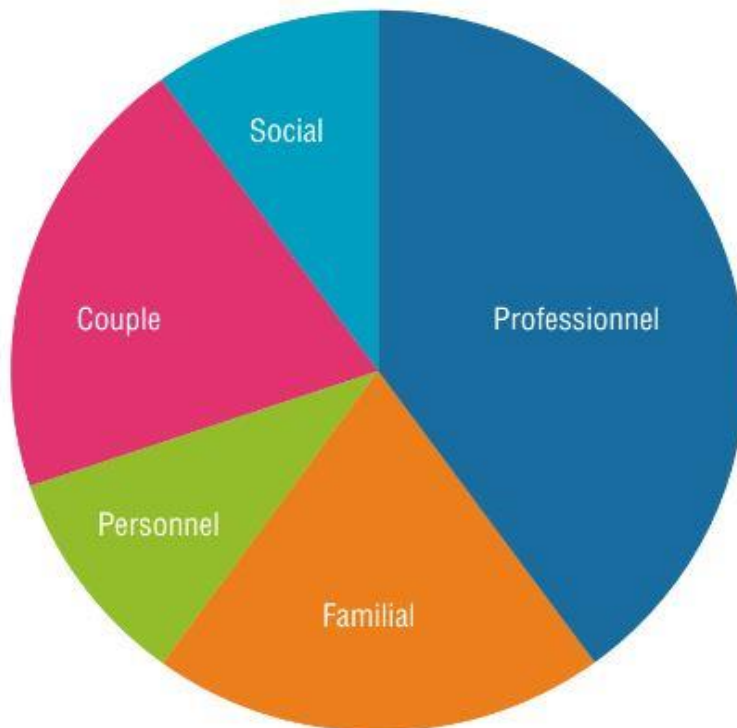
- Quels seraient les domaines dans lesquels vous serez susceptibles de libérer votre potentiel ? D'atteindre votre point culminant dans vos souhaits, vos désirs, vos projets...

Un univers musical...

Après ces quelques réflexions, imaginez maintenant votre propre univers musical, celui dans lequel vous voulez vivre. Construisez-le, rêvez-le...

- L'endroit où faire de la musique : le pays, la ville, ...
- Les personnes avec qui vous voulez faire la musique, partager la musique
- Les personnes avec qui vous souhaitez travailler en musique sur un plan professionnel
- La carrière que vous voulez entreprendre
- La vie familiale que vous voulez développer aux côtés de la musique
- La part du professionnel de la musique et de votre vie sociale

Voici un exemple de camembert ou de bonne vieille tarte au riz qui peut permettre de visualiser comment « partager » sa vie... pour mieux la diriger.



Après ces quelques réflexions, essayez de définir maintenant votre identité artistique ou celle que vous voulez atteindre à l'issue de vos études pour entamer votre vie professionnelle.

Essayer de répondre au journaliste de tout à l'heure qui vous accorde une minute d'interview pour décrire votre univers musical...

IDENTITE MARKETING

Une fois l'identité artistique définie, il faut donner une image à tout cela. Construire cette identité marketing à grande échelle va naturellement passer par des spécialistes du métier, marketing, communication, attaché de presse, etc.

Mais il est possible de développer cette forme identitaire à plus petite échelle.

En général, une identité artistique se définit dans un domaine défini et donc il est impossible de toucher tous les publics. Si vous faites de la musique baroque sur instruments anciens, inutile de développer une image auprès des adeptes du jazz-funk ou de la danse, c'est en grande partie du temps et de l'énergie perdus.

Il est donc impératif en fonction de votre univers artistique de **cibler le public** qui correspondra le mieux à votre identité. Il faut donc s'informer (articles de presse, littérature, internet, professionnels...) sur le public cible lié à l'univers que vous désirez développer. Etant donné que vous ne serez sans doute pas le seul au monde à vous diriger dans telle ou telle catégorie musicale, il y a toujours des réponses aux questions : vers quel public dois-je m'adresser et via quelle voie de communication ?

Maintenant, si vous n'êtes pas le seul au monde à être dans un univers musical défini, vous êtes sans doute le seul au monde à faire ce que vous faites et donc, il faut se poser la question : que puis-je offrir d'original au public ciblé afin de me démarquer des autres qui partagent ce même univers musical. Qu'est-ce qui me différencie de mes **concurrents** ?

Il est donc impératif de vous analysez et identifiez (ou de vous faire aider dans votre analyse) **vos forces** qui vous donnent un avantage, une supériorité par rapport aux autres et **vos faiblesses** (ce qui est un obstacle à la construction de votre image).

La photo d'artiste

Ensuite, il faut vous construire **une image**. En tant qu'artiste, **la photo** est un élément déterminant.

Quelle impression veut-on donner en premier sur une identité musicale ? Comment traduire visuellement votre vision de la musique : proche de l'instrument joué, proche d'un compositeur, d'un style ou d'une époque, d'un engagement musical... ?

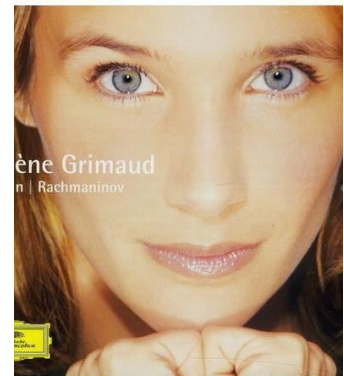
La photo-portrait est indéniablement un outil de communication. Elle est le complément de la biographie. L'une ne va pas sans l'autre. La photo-portrait sera présente dans les programmes de concert, site internet, dossier personnel, dossier de presse, article de presse, CD ou DVD, etc. De plus en plus, des employeurs demandent également de joindre une photo à un curriculum vitae.

A ce titre, la photo-portrait est un outil de communication et véhicule un véritable langage. Elle va représenter l'artiste et lui apporter une existence réelle aux yeux du public. Au niveau musical, la photo de l'artiste va incarner la représentation artistique et l'identité artistique du musicien.

Et en cela, la photo-portrait devient d'une importance capitale pour le musicien ou le chanteur. Chaque élément de la photo sera un élément de langage qui sera décodé par le récepteur. Et donc, ce langage pictural composé de codes spécifiques doit être pensé, réfléchi en fonction de l'impact que l'on veut avoir sur le public. Pour cela, une photo n'est pas une simple prise de vue, mais avant tout une mise en scène. Elle doit évoquer chez le lecteur un scénario, une histoire, des impressions, provoquer des émotions.



La psychologie sociale a mis en exergue des éléments importants d'éthologie humaine pour capter l'attention et l'attrait d'une personne sur une autre notamment par l'utilisation prononcée de ce que l'on appelle les signaux socio-sexuels. Dans cette pulsion scopique, le corps tout entier, et, plus particulièrement, la bouche, la poitrine, les jambes et les cuisses de la femme, la pilosité chez l'homme, semblent, à première vue, constituer l'exemple même de structures anatomiques qui déclenchent l'attraction physique et donc le regard. Certains caractères attractifs du corps varient également selon les époques et les cultures. Cette pulsion scopique (scopophilie) est définie par Sigmund Freud comme étant le plaisir de regarder. Il s'agit d'une pulsion sexuelle indépendante des zones érogènes où l'individu s'empare de l'autre comme objet de plaisir qu'il soumet à son regard contrôlant. C'est ce qui est naturellement recherché dans de nombreuses publicités et publications commerciales.



Il est ahurissant de constater à quel point ces signaux socio-sexuels sont utilisés pour vendre de la musique classique. Beaucoup d'études en psychologie révèlent notre sensibilité parfois inconsciente à réagir par attraction à ces stimuli-signaux.

Bien utilisés, ces images-stimuli alertent chez nous nos sens et influencent nos choix, nos orientations, et cela bien plus inconsciemment que nous ne voulons nous le laisser croire. D'où d'ailleurs, l'influence prépondérante d'une belle pochette de CD sur l'acheteur. Les grands surfaces ou magasins de distributions de CD ont compris cette probabilité : un CD/DVD se vend plus par l'attrait des yeux que par l'oreille...

Les photos n'échappent donc pas à ces lois de l'attraction, mais en tant qu'artiste, elles ont un langage qui doit être beaucoup plus évocateur que la simple plastique de la personne.

L'élément premier est que la photo doit être belle, mais ne doit pas spécialement correspondre à des normes esthétiques (bien coiffé, la mèche bien alignée sur le front, col avec cravate, sourire pincé de communiant...). Elle doit vous définir en tant qu'artiste mais aussi évoquer votre univers musical.

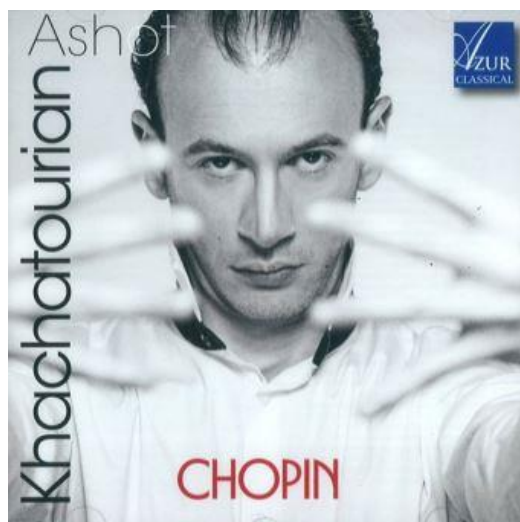
Les éléments de mise en scène vont contribuer à construire votre identité artistique aux yeux du lecteur.

Le contexte : avant de se demander comment la photo va être prise, il est intéressant de se formaliser sur le contexte que l'ensemble de la photo va évoquer chez le lecteur : du formel au décalé, du sérieux ou de l'humour, du naturel ou du sophistiqué.



L'ambiance de la photo : la lumière est un élément déterminant, du clair-obscur au surexposé. Elle peut flatter le visage, le corps ou une partie du corps (les mains du pianiste, la gorge de la chanteuse,...)





L'expression du visage : le sourire, bien qu'il ne soit pas toujours idéal, aide à donner une

impression sympathique, ou à l'inverse, un visage tiré peut évoquer la profondeur des sentiments, la rigueur de l'interprète, l'inspiration intérieure par rapport à votre approche de la musique. Un visage rêveur incarnera plutôt la période romantique alors qu'un air sérieux sera plutôt de mise pour se définir comme un interprète baroque ou classique.



La posture : la position du corps revêt une importance capitale dans sa démarche d'identité artistique. Debout (à côté de l'instrument), assis voire couché... la position du corps livre un certain état d'esprit : décontracté (assis par terre, sur le piano), en position d'exécution (jouant de l'instrument ou en mimant la pose) ou proche de l'instrument (près de la crosse de violoncelle, du violon, de l'embouchure de la trompette, de la clarinette). La posture constitue également un code de communication récurrent chez certains artistes (souvent assis et décontracté, debout pour livrer son corps aux regards, accentuant une certaine partie du corps comme les mains, les lèvres...)

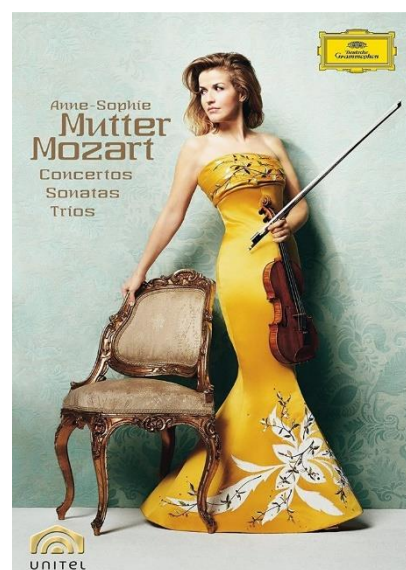


Le décor : sur simple fond neutre (bien que les couleurs ont-elles aussi un code de communication et évoquent des sentiments) ou dans un décor naturel en passant par un endroit typique : studio d'enregistrement, salle de concert, dans une loge ou devant un établissement reconnu (Carnegie Hall par exemple). Le décor devient un langage lorsqu'on veut impliquer son identité dans un contexte bien défini (libre ou libertin, sérieux et rigoureux, décontracté ou séducteur, classe ou mystérieux, classique ou moderne ...)



Le costume, les vêtements : l'apparat est également un langage très vite décodé par le lecteur. En habit de concert ou en Jeans, en costume ou en chemise, en pullover ou en tshirt... chaque élément influence la première impression du lecteur.

Elle va également déterminer ses représentations à l'égard de l'artiste. Il est donc important de ne pas se dissocier de l'identité que l'on veut se donner. Sur une simple photo, plusieurs langages ne seront pas efficaces, voire s'opposeront et créeront un malaise à la vue de la photo. Les vêtements doivent être en rapport avec la coiffure, le regard, le décor. Ils renforceront l'impact du message unique que l'on veut faire passer.



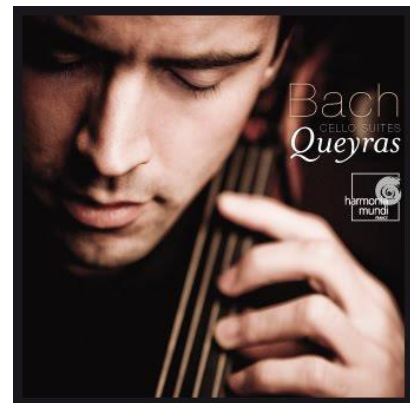


La place de l'instrument de musique : en règle générale, pour identifier



rapidement l'artiste, l'instrument est nécessaire. Pour beaucoup de musiciens, l'instrument, s'il ne fait pas partie du corps comme pour les chanteurs, est le prolongement de leur corps. Il est donc inséparable du musicien. La posture peut être déterminant dans sa relation avec l'instrument : on le joue, on le regarde, on l'accompagne, on s'en détache, il sert de décoration...

Tous ces aspects relationnels avec l'instrument vont évoquer énormément de représentations chez le lecteur : une relation profonde avec l'instrument ou plutôt avec l'œuvre, une attention particulière pour l'instrument ou plutôt une attention tournée vers le public (voire alors sans instrument...)



La qualité technique de la photo : aujourd'hui le numérique permet de prendre une quantité indéniable de clichés. Il est donc opportun de multiplier les prises de vue dans une séance photo. Néanmoins, la qualité de l'appareil de photo numérique est incontournable. Afin de figurer dans des programmes, des journaux, sur des affiches, le nombre de pixels est important. En-dessous de 1 à 2 Mégapixels, votre photo ne sera pas spécialement retenue par des professionnels de l'infographie. Une photo numérique d'au moins 5 Mégapixels aura toute les chances d'être publiée et exploitée. Il serait vraiment inopportun qu'une biographie passe dans une revue sans que la photo y soit jointe pour cause de manque de qualité ou de quantité de pixels. Il est également important de pouvoir traiter les photos (recadrage éventuel, amélioration des couleurs, de la luminosité, exposition ou saturation des couleurs) pour diverses exploitations. Des photos compressées en-dessous de 1 Megapixel auront le mérite d'être rapidement télécharger via email ou encore de ne pas prendre du temps de téléchargement sur un site. Si elles sont de basse qualité, elles auront également le mérite de ne pas pouvoir être exploitées par des tiers ou des inconnus. Les photos « haute définition » ne seront réservées qu'aux professionnels.

Le choix du format : il est intéressant de faire deux choix possibles dans les photos proposées. L'un consiste au portrait du visage ou du buste, en plan rapproché. Il sera utilisé par des journalistes si l'espace disponible pour la photo est restreint. On préférera alors le visage en gros plan pour une meilleure identification faciale. D'autre part, une photo « en pied » sera bienvenue si on dispose d'une page ou demi-page de magazine, au niveau d'une page internet, d'un programme.

Les particularités qui marquent

L'exploitation de certaines caractéristiques se révèlent des moteurs puissants d'identification et donc de marketing. Chercher le détail qui fera sortir l'interprète de l'anonymat... Voilà sur quoi certains musiciens ont bâtis leur carrière. Aujourd'hui, de nouvelles professions se créent afin de procurer à leurs clients cette recherche du détail identificatoire ! Le coaching, le relooking, etc, promettent au client de trouver la

caractéristique qui le sortira du banal... Le monde de la musique classique n'échappe pas à ces règles, à ces modes.

Ce phénomène a été exploité bien avant le 20^esiècle. Pensons à Paderewski, pianiste, acteur hollywoodien et ...président, pensez aux extravagances de

Rubinstein, Horowitz, le yoga de Menuhin, plus près de nous la mèche de cheveux de Karajan, la chaise de Glenn Gould, le bracelet de cuir de Gyorgy Cziffra, ... Beaucoup d'exemples peuvent être cités où aux yeux du grand public et du mélomane, c'est le détail qui marque, qui fait reconnaître, bref qui contribue à faire vendre, à imposer l'interprète ou le compositeur, voire le faire entrer dans la légende.

L'utilisation du « légendaire interprète » est également un moyen incontournable pour stimuler la vente de CD/DVD.

Plus fort encore, cette image va servir aux producteurs bien au-delà de la mort de l'interprète pour le faire entrer dans la « Légende ». Combien de firme de disques se frottent-elles encore les mains à la mort d'un grand musicien, à l'anniversaire suivant sa mort et comme cela toutes les années qui suivent. Réédition, photos inédites, enregistrement public, témoignages parlés... Bref tout est bon pour remettre dans le circuit commercial l'interprète dont on ressort la Xième version du même concerto, de la même sonate...en arborant des nouveaux slogans qui auraient fait rougir le musicien lui-même.

Ceci a naturellement quelques avantages dont le plus important est de proposer le témoignage de grands musiciens auprès des jeunes générations. Vouloir diriger Beethoven sans connaître une version de Karajan, une polonaise de Chopin sans découvrir Harasiewicz ou un concerto de violon de Mozart sous les doigts de Grumiaux peut être une lacune dans le chef d'un jeune interprète. Ces versions restent à tout le moins des enseignements qu'il ne faut pas perdre.

Le choix d'un univers musical peut imposer aussi une image. Elle limite et cantonne l'interprète dans cet univers mais peut s'avérer très rentable. Glenn Gould s'est imposé dans Bach et 20 ans après sa mort tournoie encore au sommet des hit- parade des ventes classiques, Cziffra demeure chez EMI l'incontestable cheval de bataille des ventes dans Liszt, Pavarotti restera le ténor de Puccini et Verdi, et si on pense « valse », André Rieu a détrôné de loin tous ceux qui s'étaient donné l'image de puristes viennois autour de ces musiques.

L'image peut être complètement en-dehors de la musique : un aspect physique à mettre en valeur (n'oublions pas que nous pensons marketing ici et non plus musique...), beauté du visage, des yeux (Hélène Grimaud, Yundi Li, Sarah Chang, ...) comme une coupe de cheveux (Patricia Petitbon, Nigel Kennedy, Bernstein,...), une tenue vestimentaire (Nigel Kennedy que l'on retrouve dans tout ce qui peut se faire remarquer, Friedrich Gulda, Lang Lang, ...)

L'excentricité paye aussi ! Les musiciens « originaux », « hors normes » gardent toujours un impact sur le public, citons Kennedy, mais encore Glenn Gould, Martha Argerich, Karajan, Bernstein, Ivo Pogorelich, etc.

Un powerpoint commenté suivra prochainement avec l'analyse de photos.

La biographie

Biographie signifie textuellement « écrire la vie » (bio = vie, graphie= écrire). La biographie est le portrait littéraire de l'artiste. C'est l'outil indispensable dans toute communication artistique. La biographie va être une présentation courte mais pertinente et surtout convaincante de l'artiste.

A l'heure actuelle, dès que votre nom apparaît sur un programme, une lettre de motivation, un curriculum vitae... le lecteur (recruteur, producteur, employeur, connaissances,...) aura le premier réflexe de taper votre nom sur un moteur de recherche tel Google. C'est ainsi que votre notoriété sera mise à l'épreuve. On parle de

« e-réputation » et c'est là que votre biographie peut contribuer à renforcer cette « réputation » ainsi que la qualité de la photographie qui y sera jointe.

La première erreur à éviter est de construire une biographie comme un curriculum vitae. Même si la biographie est rédigée par chronologie, elle n'en reste pas moins le récit, un texte qui relate les événements importants d'une carrière (formation, expérience et perspectives d'avenir) et reflète votre personnalité.

La biographie doit être un outil dynamique et être en constant changement. Des éléments récents peuvent y être enlevés au profit d'autres, plus récents mais de plus grande importance.

Cette biographie est destinée d'une part au grand public, mais aussi aux professionnels. Elle sera utilisée pour présenter l'artiste dans la presse, les médias parlés ou télévisés (reportages), les brochures ou folders de présentation de concerts, de festivals, dans les programmes de concert, mais aussi sur les sites internet d'événements et principalement sur le propre site internet de l'artiste ou de sa page web de présentation.

Pour ces différents usages, différentes biographies seront nécessaires : courtes, en quelques lignes (4 ou 5 maximum), moyenne (de 15 à 20 lignes) ou longue (30

à 50 lignes). Elles devront être téléchargeables sur le site ou la page de l'artiste, dans les langues les plus utilisées (français, anglais, allemand, espagnol voire chinois, japonais...). La fréquentation des élèves de différents pays dans les conservatoires nationaux de musique peut être la première occasion d'échanges de traductions de biographies dans les langues maternelles de chaque étudiant.

Une biographie est toujours rédigée en style indirect, à la troisième personne. Le plus simple est d'utiliser les verbes au présent.

Les étapes de rédaction d'une biographie

1. *La construction de la biographie*

- Les principales études, les formations auprès de grands maîtres, les prix obtenus, les bourses et les distinctions
- Les expériences professionnelles : les concours nationaux ou internationaux, les concerts et récitals importants, les collaborations avec d'autres artistes, les enregistrements audio ou vidéo, les reportages...
- Les influences artistiques : les influences de grands maîtres, les filiations, les rencontres artistiques marquantes.
- Les projets futurs : à court ou long terme, les ambitions
- Votre identité artistique : votre esthétique, votre style, vos convictions, vos valeurs, vos idées et représentations de l'art, votre répertoire de prédilection...

2. *La rédaction*

- Rédiger les textes en quatre parties distinctes : une accroche, votre parcours, le présent, le futur...
- L'accroche : il s'agit de trouver des adjectifs qui vous représentent, qui vous identifient. En règle générale, on utilise la règle de 3 comme
« Passionné, inventif, sensible,.. » ou « Généreux, dynamique, chaleureux,... »
- Ensuite vient un résumé de votre parcours, en n'y indiquant que les éléments les plus importants : études, rencontres, concerts importants, voyages...
- Le présent : c'est votre actualité du moment. Participation à des concerts, festivals, formation avec d'autres musiciens, etc.

- Le futur : vos projets concernant concerts, formations, enregistrements, etc.

EXEMPLE fictif 1

Passionné, inventif, sensible, la presse internationale salue les qualités exceptionnelles de ce violoniste virtuose.

Après de brillantes études au Conservatoire Royal de Musique de Liège, le parcours musical de Jean Aymard l’emmène au-delà des frontières européennes pour se perfectionner auprès de Joshua Bell et Hilary Hahn aux Etats-Unis. Il se produira d’abord en musique de chambre avec plusieurs solistes américains de renoms puis en tant que soliste avec plusieurs orchestres comme le Pittsburg Symphony, le Boston Symphony et le Los Angeles Philharmonic Orchestra sous la direction de grands chefs comme Georges Szell, James Levine, ...

Sa carrière l’emmène aujourd’hui à travers le continent américain mis aussi en Asie et dans toute l’Europe. Ses concerts lui font rencontrer de grands solistes internationaux avec qui il se produit régulièrement dans des festivals en France, Allemagne, Belgique, Angleterre, Autriche. Son premier enregistrement sur CD des sonates de Beethoven avec Bernard-André Foulon-Dekaise lui vaudront des distinctions dans diverses revues musicales ainsi qu’un Octave de la Musique Classique à Bruxelles.

C’est tout naturellement que la firme de disques Belgische Grammophon l’invitera prochainement à enregistrer les concertos pour violon de Rieu et Clayderman avec l’Orchestre Philharmonique de Liège. Une tournée en Chine est prévue ainsi que des concerts en Amérique du Sud.

Au-delà de toute frontière et de tout sens esthétique, Jean Aymard représente aujourd’hui le violoniste virtuose à la carrière internationale où le talent rencontre les faveurs et l’enthousiasme du public.

EXEMPLE 2

« Générosité, virtuosité, sensibilité » : c’est en ces termes que la presse accueille actuellement le pianiste français Olivier Moulin.

Olivier étudie au Conservatoire National Supérieur de Musique de Lyon auprès d’Eric Heidsieck, Géry Moutier et Danièle Renault-Fasquelle d’où il sort avec un premier prix à l’unanimité avec les félicitations du jury. Après un cycle de perfectionnement au sein de la même institution, il poursuit sa formation en

Autriche au Mozarteum de Salzbourg dans les classes de Karl-Heinz Kämmerling et Clemens Hagen et y obtient le « Master of Art » avec les plus hautes distinctions. Tout au long de ses études, il reçoit par ailleurs les conseils éclairés de grands pianistes comme Aldo Ciccolini, Yvonne Loriod-Messiaen, Jacques Rouvier, Jean-François Heisser...

Lauréat de plusieurs prix nationaux et internationaux (Radio-France, Epinal, Jeunesses Musicales de France, Maurice Ravel, Bernburg...), il reçoit le soutien du Mécénat Musical Société Générale et du programme « Décllic » de Culturesfrance favorisant la promotion des jeunes musiciens français à l'étranger.

Il est alors l'invité de festivals internationaux (La Roque d'Anthéron, Montpellier/Radio-France, Chopin à Paris, Le Touquet, Lille, Salzbourg, Beijing/Croisements, Virtuosi Festival Brazil...) et de salles prestigieuses : en France (Grand Auditorium de Radio-France, Salle Gaveau, Salle Cortot, Unesco, Auditorium du Louvre, Opéra National de Lyon, Théâtre des variétés de Monaco, Arsenal de Metz...), en Europe (Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Norvège, Portugal, Slovaquie, Suisse, Turquie...), en Asie (Japon, Chine, Corée du Sud), comme sur le continent américain (Brésil, Mexique...). Ses concerts sont régulièrement diffusés par les médias français et étrangers.

Il a également collaboré avec plusieurs chefs et orchestres français et étrangers (Orchestre National de Lorraine, Ensemble Orchestral de Montbéliard, Wuhan Philharmonic Orchestra, Mexico Camerata de Coahuila...) et partage régulièrement la scène avec de nombreux artistes : Eve Ruggiéri, David Guerrier, le Fine Arts Quartet, les solistes du Philharmonique de Radio-France, Bertrand Chamayou, Jérôme Dorival...

En 2011 sortira son premier disque solo consacré à la musique de Franz Liszt auprès du label Ameson.

EXEMPLE 3

Après avoir tambouriné les touches du piano pour faire comme son grand frère et observer les réactions des moineaux qui lui semblaient particulièrement excités à l'écoute de ces sons brutaux, Denis Frenkel suit des cours de solfège et de piano à l'Académie de Musique de Genève, dans la classe de Denise Bricarello. Il est initié à l'harmonie et au contrepoint par Angelo Lazzari qui lui donne dès l'âge de 13 ans le goût de la compréhension intime du langage musical. A quinze ans, il rentre dans la classe de Claudine Perretti qui lui donne les clés du travail pianistique. Ce n'est, cependant, qu'après l'obtention du certificat de maturité en section

classique qu'il aura le loisir de se plonger totalement dans son instrument et de suivre des études professionnelles de musique au Conservatoire de Musique de Genève. A Besançon, c'est l'Institut Musical Européen qui lui délivre également un certificat professionnel de piano.

De l'accompagnateur en herbe...

C'est alors que Denis Frenkel découvre le Lied. Un premier concert avec le baryton-basse Benoît Capt lui fait comprendre qu'il y a moyen, en musique, de marier l'exigence de la musique empreinte de beauté pure avec celle d'un texte porteur de sens. Et le travail qui consiste à aller et venir entre l'une et l'autre exigence dans une union qui se désunit sans cesse est celui de l'accompagnateur, qu'il veut être désormais.

...à l'accompagnateur confirmé

Grâce à la bourse de la Fondation de Agostini, il part alors à Londres et suit à la Guildhall School of Music and Drama le cursus des pianistes-accompagnateurs. Il bénéficie de l'enseignement de Ian Burnside, Robin Bowman, David Dolan, Caroline Palmer, et surtout de Graham Johnson, qui achève de le convaincre que l'art de l'accompagnement est une chose merveilleuse si on en connaît les mystères.

Après des années de travail sur son instrument, Denis Frenkel rencontre des chanteurs bien sûr, mais aussi des violonistes, des cornistes, des hautboïstes, des trombonistes, des percussionnistes... A son retour à Genève, il est engagé par le Cercle J.-S. Bach que dirige Natacha Casagrande, travaille pour les classes du Conservatoire, et met ses services d'accompagnateur à disposition pour des collaborations ponctuelles ou régulières.

EXEMPLE 4

Highly praised on two continents for his glorious tone, precise technical control and musical imagination, Kornel Wolak is well on his way to a major career as a soloist and chamber musician in both classical and cross-over repertoire. Critics have hailed him for his playing that showed "admirable calm and patience in shaping beautiful sonorities...full of energy," (Andrzej Chylewski, Glos Wielkopolski); "beautiful [playing] in the lyric selections...a lot of imaginative colors, dynamics, and rubato," (Jolanta Brozda, Gazeta Wyborcza), and "control

and a smooth, elegant expressivity are what make Wolak shine,” (John Terauds, Toronto Star).

Born in Bialystok, Poland in 1979 into a musical family (his father was a trumpeter and his mother a violist), Wolak began piano lessons at six, and took up the clarinet six years later. After early studies at the Music Academy of Poznan and subsequently, at the Musical Lyceum, in 2001, he was a scholarship student at Indiana University’s Jacobs School of Music, where he earned his performance certificate and, two years later, his Master of Music degree while studying with Eli Eban. He put his doctorate on hold in order to pursue advanced orchestral studies under Joaquin Valdepeñas at the

Glenn Gould School of Music in Toronto in the fall of 2005, where he earned an Artist’s Diploma.

As a member of the renowned Quartetto Gelato from 2007 to 2009, Wolak performed on its 2009 recording, Musica Latina. He also appears as soloist on a 2007 CD of Karol Kurpinski’s Clarinet Concerto, released by Channel II of Polish Radio – a CD that was nominated for Poland’s highest recording award, the “Fryderyk”. Wolak is a regular fixture on the airwaves, including CBC Radio 2, Classical 96.3 FM, Public Radio International, and in the US, on National Public Radio. Kornel Wolak’s artistry has been admired by audiences at over 90 concerts in North America alone. As a soloist,

he has performed with the Quebec Symphony Orchestra, Toronto Sinfonietta, Poland’s Poznan Philharmonic Orchestra’s opening 60th season gala concert, the Polish Radio Chamber Orchestra, and Charleston (North Carolina) Symphony Orchestra, amongst others. He has a return engagement with the Poznan Philharmonic later in 2010. As a chamber musician, he has appeared with the Wieniawski String Quartet, the Glenn Gould String Quartet, and the Lodos Wind Quintet. His orchestral experience includes regular freelancing with the Toronto Symphony Orchestra, as well as other Ontario orchestras.

Mr. Wolak’s interests include art history, religion, philosophy, and poetry. In Poland, his poetry – focused on human existence and spirituality – has been published in many young Polish poets’ magazines and compilations.