



DESIGN YOUR CAREER

MBA OR NOT MBA?

UNE IDÉE EN OR

ON RESTRUCTURE SANS LES DRH

AKAMUSIC, MAESTRO PLEASE



MICHEL DE LAUNOIT,
GREGORY GOEMAERE,
FLORENCE DE LAUNOIT,
JEAN-MARC GOEMAERE.
PHOTO MIREILLE ROOBAERT

LE SOIR

Un couple et deux frères, ce n'est peut-être pas un groupe pop, mais le quatuor à la base d'un site web vraiment communautaire. Tout le monde peut y être star, tout le monde peut y être producteur. Et relever ses compteurs sans être regardé de travers.



Akamusic

Les fourmis qui produisent des cigales



PHOTO MIREILLE ROOBAERT

"Je m'voyais déjà en haut de l'affiche", chante Aznavour. Avant d'y parvenir - et de s'y maintenir, pendant longtemps - le pianiste-chanteur a ramé, c'est le moins qu'on puisse dire. Il a fait comme tout le monde: cachets de misère, premières parties de concert au rabais négociées avec des agents voraces, galères en province, course aux faveurs des médias... Bref, le curriculum classique. Beaucoup d'appelés ou qui croient l'être, très peu d'élus, l'itinéraire des artistes est traditionnellement plus proche du chemin de croix que de la route jonchée de pétales de roses. Oh, on peut penser que le vrai talent finit toujours par s'imposer mais encore faut-il lui donner un brin de chance de se faire voir et entendre. La chance! Même les plus grands reconnaissent que, sans elle, ils n'auraient pas réussi de la même manière; chez tous, il y a eu un délice, une rencontre électorale avec un producteur qui a cru en eux: quelque chose qui pouvait ressembler au hasard et n'en était peut-être pas, allez savoir. On n'a toujours rien trouvé de mieux que les rencontres de ce genre pour favoriser l'éclosion des artistes. Les foires aux rêves du style Star'Ac leur procurent peut-être l'illusion qu'ils peuvent passer de l'ombre à la lumière d'un coup, mais leurs spots attirent surtout des papillons. L'effet papillon, pourtant, existe aussi dans le domaine, sur Internet; celui-là ne brûle pas les ailes mais procède par petites touches. Un artiste qui s'y fait apprécier peut y trouver, non pas un, mais des dizaines, voire des centaines de producteurs qui investiront, chacun, une somme, petite ou grande, pour lui permettre de financer un single (15.000 €) ou un album (50.000 €). La part minimum est de 5 €. C'est le principe des petits ruisseaux qui font les grandes rivières et l'idée plaît beaucoup, sur les quelques sites web qui la mettent en œuvre. L'un d'eux, Akamusic.com, est belge et, en un peu moins d'un an, il a fédéré une communauté de 3130 artistes et de près de 9000 "producteurs" enthousiastes. Sur Akamusic, on a le ton Facebook ou MySpace, on chatte, on fait entendre le dernier morceau de Lisa Margo, on donne des nouvelles de la progression du compte de Sgreg... Le système est simple et

transparent: 40 pour cent des recettes nettes des morceaux produits pour l'artiste, 40 autres pour cent pour les producteurs et 20 pour cent pour Aka Music. A tout moment, les producteurs qui ont misé sur un artiste peuvent retirer leur mise, s'ils le désirent, la récupérer ou la placer sur un autre "jockey". C'est un peu comme une course, mais une course pendant laquelle on peut discuter avec les compétiteurs. Et on ne s'en prive pas!

LES ARTISTES DU MONDE ENTIER ONT LEUR CHANCE

Mathieu Bioul, qui est sur Aka, dit qu'il ne pourrait plus se passer de ce dialogue, de ce feedback permanent entre les artistes et leur "écurie" de producteurs. C'est grâce à ces échanges qu'il s'est décidé à passer du français à l'anglais pour son album. Le côté compétition, l'excitation de voir le compteur tourner comme dans une soirée de télé-charité, est un des aspects qui motivent le plus les internautes. "On voit chez eux l'engouement monter quand on approche des 85% de l'objectif", souligne Michel de Launoit, un des fondateurs du site. "Et il est arrivé qu'un seul internaute permette à un artiste, d'un coup, de passer du rêve à la réalité. Avec Alys, par exemple: elle était à 50% de son objectif un vendredi soir et, le lendemain matin, quelqu'un a investi 8000 € pour clôturer sa production. On touche vraiment le monde entier: un mois après le démarrage, des percussionnistes camerounais se sont inscrits. L'avantage, c'est que le monde entier peut les entendre sur la plate-forme." Abiali Percussions, le groupe camerounais en question, totalise 670 € au compteur; sur un total de 500.000 € investis sur les 3500 artistes, ce n'est pas si mal. D'autres ont démarré petit, eux aussi, et ont fini par entrer dans le cercle des 13 singles (plus un album) déjà produits sur Akamusic.

BARDAF, C'EST L'EMBARDÉE

Les bons et moins bons moments, les émotions, rigolades et chagrins de la dramaturgie, c'est depuis longtemps l'univers de Michel et de sa femme Florence, qui ont toujours fonctionné au coup de coeur, à l'instinct. Bien avant qu'ils ne soient le

duo de base - mué en quatuor - d'Akamusic, ils ont été celui des Impropressions qui cartonnaient dès 1992, au Claridge voisin du Mirano. Michel, 41 ans aujourd'hui, était fondu de théâtre et jouait en semi-professionnel, avec des copains comme Manu Thoreau, Stéphane De Groodt, Odile Matthieu et Charlie Dupont. Tout en poursuivant des études d'économie à Saint-Louis et à l'UCL. Florence, elle, faisait ses études à l'Ichec. Ni l'un ni l'autre n'a fait le métier auquel ses études le destinaient: "Si on m'avait dit que je travaillerais dans la production artistique, je ne l'aurais jamais cru", sourit-elle. Ils ont fait connaissance au début de l'impro musicale et n'ont jamais quitté le milieu des "saltimbanques". Tandis que Manu Thoreau entrait au Conservatoire, Michel passait du côté de la production en créant en 1988 avec Florence sa boîte de production artistique, Tourne Sol Production. Les compères n'allaient pas s'arrêter en chemin, avec les premiers One-man show de Manu, suivis des délirantes fausses émissions Contact (Talam, talââm...). On peut revoir en DVD et pour le moment, sur Plug-RTL, ces grands moments où le surréalisme de Manu Thoreau transcende les perles natives de l'élocution gendarmesque: "Vous venez de crever un pneu plat. Bardaf, c'est l'embarquée." Si Manu n'était pas décédé tragiquement à l'âge de 32 ans, il serait aujourd'hui un acteur et un humoriste d'envergure internationale. "Sa mort, en 2000, a certainement été un des pires moments de ma vie" dit Michel. 2000, c'était aussi l'année de Belgattitude, un site internet qui préfigurait un peu You Tube, avec des petits films humoristiques que les internautes recevaient directement dans leur boîte mail: "En deux mois, on avait réuni 20.000 membres, mais le modèle économique n'était pas au point. Et puis, la bulle Internet a explosé, tout s'est arrêté." La suite a vu le couple continuer dans la réalisation et la production de capsules TV, avec une série appelée "File dans ta chambre" et, tout récemment, avec "Tu ne l'as pas volée", des petites saynètes de 3 minutes pour BeTV et Plug, avec Renaud Rutten, Patrick Allen et Isabelle Houben. "Le plan-séquence, comme dans les Deschiens et

Caméra Café, c'est ce qu'il y a de plus efficace pour les diffusions juste avant les JT. Economiquement et en termes de compréhension, aussi... On fait un métier où on est dans l'émotionnel en permanence et on doit éviter de se faire bouffer, on apprend à se préserver pour ne pas se faire réveiller à 4 heures du matin", dit Michel de Launoit. "Mais il y a aussi de très bons moments, comme l'autre jour à Paris, quand j'ai accompagné Brice, le chanteur, qui allait avec sa guitare chez des gens qui avaient acheté son album. On a tourné pendant trois jours à deux, à moto." Il y a deux ans, nouvelle expérience, ils créent le Salon de la Musique à Tours et Taxis, en collaboration avec CPE. La musique, aujourd'hui, les a vraiment rattrapés et ne les lâchera plus. Pour monter Akamusic avec toutes les garanties de professionnalisme, ils ont été trouver deux de leurs amis d'enfance, Jean-Marc et Gregory Goemaere, qui avaient déjà connu le succès avec la création d'Opendeal (site d'enchères racheté par iBazar, lui-même repris par eBay) et Scoopeo, où les internautes votent pour les meilleurs scoops envoyés par la communauté. Comme dans les bonnes histoires, les mousquetaires étaient quatre, l'aventure pouvait commencer. Elle est loin d'être terminée. Le site va prochainement suivre l'exemple de iTunes et commercialiser directement via la Toile les morceaux de ses artistes, à 0,99 € l'unité. Il est question aussi de produire des disques, par exemple avec le hit-parade des artistes "maison". Ceux-ci sont de 25 nationalités différentes. Akamusic se décline désormais en anglais, bientôt en espagnol. Le site a déjà une vitrine à Paris et devrait en avoir une prochainement à Londres, tout en continuant d'être coordonné et réalisé depuis Bruxelles. "C'est la somme de toutes ces choses-là qui fait marcher Akamusic. C'est comme un magasin qui doit se renouveler en permanence pour rester attractif, dit Florence, ça fait mille choses à penser et à développer en même temps. On n'est que six, plus des partenaires indépendants, mais quel bonheur lorsqu'on a vu le premier artiste arriver à ses 100%... et quand on a entendu le premier morceau en radio..."