



# Midem 2010

## La J-music peut-elle s'exporter ?

Comme chaque année au mois de janvier, s'est tenue à Cannes l'édition du *Midem*. L'occasion de nous interroger sur le réel potentiel et les moyens mis en œuvre pour l'export des artistes japonais. Mais aussi d'aller à la découverte de *showmen* asiatiques qui ont bluffé le public du *Martinez*, du rap coréen à la pop taïwanaise...

### Allumer le feu

Cette édition 2010 fut un grand cru pour la *J-music*, mais plus largement pour la musique asiatique. Alors que la Corée sort enfin l'artillerie lourde en présentant sa *K-Pop*, Taïwan n'est pas en reste quant à l'originalité et la qualité. Côté japonais, la sélection a permis aux spectateurs de se faire une idée bien précise de l'univers musique électronique nippon, tout en découvrant le caractère de l'*anime song*. Deux styles potentiellement porteurs à l'export, ce qui, rappelons-le, est l'enjeu de ce salon international de la musique qui offre aux professionnels du secteur l'opportunité de débattre, découvrir et dénicher les tendances de demain, le cas échéant de parler affaires autour d'une table. Un rendez-vous dans lequel la *J-music*, qui tente depuis plusieurs années de percer en dehors de l'Asie avec plus ou moins de réussite, se doit de convaincre. Tâche ardue car, d'une part, il ne sera pas facile d'ébrécher l'hégémonie anglo-saxonne et que, d'autre part, les consommateurs sous contrôle des grosses machines de diffusion ne sont pas encore prêts pour passer de Rihana à Namie Amuro ! Toutefois, les poches de résistants, essentiellement fans de culture japonaise, s'alourdissent. Si la *Japan music* reste une niche, de plus en plus d'oreilles se tendent vers l'Asie, et des milliers de communautés se tissent sur la toile. Ces essais nouvellement pris en considération par les maisons de disques comptent probablement des centaines de milliers d'adeptes en Europe et aux Etats-Unis, quelques milliers en France. La *J-music* peut s'appuyer sur un public réactif, fidèle, en partie ouvert à tous les styles (*J-pop*, *J-rock*...), et qui aime faire partager sa flamme.

### L'export à tâtons

Il faudrait toutefois que les majors japonaises et autres labels intensifient leur effort pour créer l'événement. Seuls de gros moyens et des artistes majeurs promotionnés par des plans médias de même ampleur pourront secouer les masses. Les initiatives à petite échelle ont le mérite de contenter

une partie des fans déjà présents, mais ne lancent pas la machine. Réelle ambition d'exportation ou avancée à tâtons, l'industrie de la *J-music* a les cartes en main. Accaparée par un marché asiatique à ses pieds, force est de reconnaître que beaucoup de ses acteurs négligent encore les autres parties du globe. La plupart des professionnels ont même du mal à comprendre cet intérêt porté à leurs chanteurs, un engouement occidental pour des productions musicales si japonaises... presque suspect ! Il reste en tout cas difficilement concevable de demander à une tête d'affiche générant de juteux profits en Asie de s'investir dans une voie qui, pour l'heure, la mènerait à certains sacrifices pour de bien moindres retours. Les fans et le marché hors Asie de la *J-music* servent de faire-valoir, un concert à Paris ou aux Etats-Unis est toujours valorisant, plus qu'ils témoignent d'un sérieux désir de s'implanter. Les prestations de ces missionnaires, très étudiées, servent aussi à défaire peu à peu la crainte de se produire à l'étranger.

**“Réelle ambition d'exportation ou avancée à tâtons, l'industrie de la J-Music a les cartes en main.”**

Quelques signes pourtant semblent indiquer que la cause n'est pas vaine. Utada Hikaru, artiste phare de l'industrie musicale nipponne, achève au moment où nous écrivons une tournée triomphale de huit dates aux Etats-Unis, tournée qui s'est terminée en Europe, à Londres. Même si les ventes de ses albums américains ont été plus que décevantes, Utada ne baisse pas les bras et reprend des couleurs avec ces nombreux live *sold out*. La chanteuse, ouverte sur l'international et parlant couramment anglais, a intelligemment adapté ce tour et beaucoup donné de sa personne dans le cadre de la promotion de sa carrière à l'étranger. Une excellente ambassadrice, possédant une vraie identité musicale, qui pourrait servir la cause en faisant découvrir la *J-pop* sous son meilleur jour.

Difficile de prédire la tournure que prendra l'exportation de la *J-music* dans les prochaines années. Que les fans ne désespèrent pas, si l'explosion n'est pas pour tout de suite, voir Namie Amuro donner une série de concerts européens n'est plus utopique. L'érosion du marché intérieur pourrait avoir les mêmes répercussions que dans le secteur du manga : aller chercher la croissance ailleurs. Souhaitons-lui de s'imposer avec autant de succès !





Masao Morita



AMWE

## Electro girls et Anime song

De son côté, le Japon, deuxième marché mondial du disque, intéresse toujours plus d'ambitieux. Et même si plus de la moitié des artistes consommés viennent du cru, la part restante attire toutes les convoitises. Et l'on constate, à l'image de l'énorme succès qu'y rencontre Susan Boyle, que tout est possible au pays des idoles ! Une conférence "Réussir sur le marché japonais" a captivé des professionnels venus nombreux. Ce programme très intéressant, relevé par des intervenants issus de majors comme *Aves Group Holdings* et *JVC Victor*, a mis en avant les spécificités du marché, les possibilités réelles pour les étrangers, les tendances, les difficultés, la stratégie de promotion, les débouchés digitaux. Soulignons également la présence cette année d'un conférencier de marque au *Midem* : M. Masao Morita, président de *Sony Music Entertainment Japan*.

Après la partie business, la partie show avec un trio d'artistes : AMWE, Ayaka Ikio et Kimeru. Une présentation publique s'est déroulée la veille du concert sur le stand japonais du salon. Les interviews des artistes s'en sont suivies de la traditionnelle cérémonie de partage du saké (*Kagami-Biraki*), très conviviale. Le but recherché est toujours d'attirer un maximum de spectateurs à la soirée *Japan Night*. En ce sens, la distribution d'invitations par deux hôtes en tenue de l'époque *Edo* n'a pas manqué de faire son effet ! Sur le stand, sont mis à disposition des CD *sampler*, sorte de compilation découverte de 15 pistes réunissant du très bon son : Jasmine avec *No More*, Joe Hisaishi avec *Stand Alone*, ou encore le hit de Tomoyasu Hotei, *Battle Without Honor Or Humanity*, véritable succès international. On y trouve également des groupes bien connus du public français, Onmyoza, L.M.C. C'est l'*Hôtel Martinez* qui a accueilli la *Japan Night* cette année, à un horaire avancé ayant permis d'éviter la concurrence directe avec les autres événements du soir. Grâce à tous ces petits détails, et au travail de l'équipe du *JETRO*, les artistes ont pénétré dans une salle quasiment pleine. Le salon est réservé aux professionnels, mais quelques débrouillards fans de *J-Music* réussissent toujours à s'introduire dans le sanctuaire ! Un groupe d'adolescents ayant gagné leurs sésames sur une radio ont ainsi maintenu une ambiance chaleureuse. Le soutien de ce public de connaisseurs est toujours indéfectible.

AMWE, artiste électro escortée de son DJ, inaugure avec panache la soirée. Le son puissant lancé, AMWE la rousse nous offre une danse pour le moins originale, un jeu de scène drôle et ultra énergique. Grimaçant, jouant avec les photographes et les spectateurs collés à l'estrade, elle a remporté l'adhésion du public à chacun de ses titres. Place ensuite à Ayaka Ikio et sa DJ, pour un second temps électro. Les basses montent d'un cran et le show fait son effet. La jeune chanteuse affiche un look très Namie Amuro dans sa tenue comme dans ses chorégraphies, consciencieusement enchaînées. Malgré tout, Ayaka ne s'enferme pas dans son jeu de scène et garde le lien avec son public, duquel elle sollicite des applaudissements. Après deux prestations aussi réactives, comment Kimeru allait-il s'en sortir ? On pouvait légitimement s'inquiéter pour ce chanteur très pop, c'était sous-estimer ses ressources ! Le *showman* assura la meilleure prestation de cette *Japan Night 2010*. Pouvant compter sur des hits à la rythmique diabolique et sur une poignée de fidèles japonais ayant spécialement fait le déplacement, Kimeru a été surprenant ! Se dandinant, se postant à l'avant-garde de la scène pour faire corps avec le public, il a mis la salle à feu et à cris !

Pour couronner le tout, un écran géant diffusait en fond des extraits des animés *Prince of Tennis* et *Yu-gi-Oh*, et de ses live. La fraîcheur dégageée par le jeune trentenaire séduit le public féminin, et ne manque pas d'amuser les hommes. La soirée s'achève donc sur un bilan très positif, le plaisir pris sur scène a été partagé par la salle.

■ Julien Norbert



Ayaka Ikio



KIMERU

