Home
Promouvoir

Comme le dit l'expression, il y a le savoir-faire, mais il y a aussi le faire savoir. Vous produisez la meilleure musique ou le meilleur événement du monde, mais si personne n'est au courant, cela ne sert pas à grand chose. Petite revue des différents canaux et leviers de promotion à votre disposition.

La promotion sur internet

Aujourd'hui la promotion se fait essentiellement sur internet. Les médias traditionnels (presse, radio, télé) couvrant les musiques électroniques sont peu nombreux et ne couvrent pas toutes les esthétiques électro.

Dance Music et médias traditionnels

La Dance Music est celle qui bénéficie des médias traditionnels les mieux établis, pour les tubes principalement en radio avec NRJ, Fun radio ou Virgin Radio et via quelques passages télé. La techno et la house et tous les genres plus underground peuvent s'appuyer sur quelques magazines spécialisés (DJ Mag, Trax ou Tsugi) mais de manière générale ne passent quasiment pas en radio (à l'exception de FG à Paris et de quelques émissions spécialisées sur les réseaux Campus et Férarock).

Web radios et scène émergente et locale

Les web radios se développent à l'inverse de plus en plus en soutien à la scène émergente et locale : Fip autour de l'electro, Hôtel Radio, Le Mellotron, Lyl Radio, Rinse FM, Tsugi Radio, Radio Meuh, Radio Piiaf, Radio Marais... offrent de vraies tribunes d'expression aux musiques électroniques et à leurs artistes.

Plateformes de streaming

Aujourd'hui **les plateformes de streaming sont incontournables :** Soundcloud, Mixcloud, Beatport... Auxquelles **les réseaux sociaux** servent de caisse de résonnance. Poster, reposter vos morceaux et vos mixes et entretenir le lien avec vos fans sur Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, est devenu indispensable.

Mais le Graal de la visibilité, ce sont désormais les playlists des plateformes de streaming (comme Spotify Fresh Finds, une des playlists les plus influentes), au point de remplacer chez les labels la promotion auprès des médias traditionnels. Ces placements requièrent un travail spécifique, assuré par votre label ou par votre distributeur numérique (Comme Believe ou Idol par exemple), si vous avez la chance d'en avoir un.

L'essentiel se fait donc sur Internet, avec des sites comme Resident Advisor (son agenda des sorties par ville et ses classements annuels des DJ et des clubs internationaux), les sites des magazines DJ Mag, Trax et Tsugi auxquels s'ajoutent ceux des marques actives dans les musiques électroniques : Red Bull Music Academy, Villa Schweppes...

Le rôle d’un(e) attaché(e) de presse

Quand vient le moment de sortir un EP, un album ou de lancer la programmation d’un festival, **employer un(e) attaché(e) de presse peut être un vrai plus. Son carnet d’adresse, sa connaissance des médias et le relationnel qu’il ou elle entretient avec les journalistes garantit une exposition** bien meilleure qu’en essayant de communiquer de manière isolée sans avoir les bons contacts.

Cela représente évidemment un coût, allant de quelques centaines à plusieurs milliers d’euros selon l’envergure du projet et de la mission promo. Contactez plusieurs attaché.es de presse et pesez le pour et le contre entre le coût annoncé et les retombées attendues.

Attention, la promotion n’est pas une science exacte ! Les honoraires de l’attaché(e) de presse ne peuvent pas garantir les retombées médiatiques. Autant donc s’adresser à quelqu’un que l’on vous a recommandé et qui a une réputation dans votre genre musical. Le bouche à oreille en la matière est souvent le meilleur des conseils.

Les plateformes de promotion internationale

Outre les plateformes de distribution, qui servent aussi d’outil de promotion (Beatport, Deejay, Juno…), il existe des plateformes dédiées à la promotion auprès des médias et DJ, telles que Pullproxy, Tailored Communication, Whatpeopleplay (à la fois plateforme marchande et plateforme promotionnelle).

Souvent basées en Angleterre ou en Allemagne, elles se chargeront de diffuser vos sorties (maxi, EP, album) ou la programmation de votre festival, auprès d’un large réseau international de médias et de DJ.

Il faut échanger avec elles en anglais, le plus souvent par email, et la relation est évidemment moins personnalisée qu’avec un(e) attaché(e) de presse. Mais elles permettent en revanche d’élargir votre audience à l’étranger.

Promouvoir

Consulter :

Fiches pratiques

- Obtenir une aide à la promotion
- Le répertoire de l’IRMA

La presse

- DJ Mag
- Trax
- Tsugi

Les radios

- La Férarock
- Radios campus
- Radio FG

Les web radios

- Fip autour de l’electro
- Hôtel Radio
- Le Mellotron
- Lyl Radio
- Radio Meuh
- Radio Piiaf
- Radio Marais
- Rinse FM
- Tsugi Radio

Les sites web

- Red Bull Music Academy
- Resident Advisor
- Villa Schweppes

Les plateformes de promotion

- Pullproxy
- Tailored communication
- Whatpeopleplay