Actualité

Comment s’exporter à l’étranger en tant qu’artiste ?

Portée par l’héritage du pionnier Jean-Michel Jarre et par le succès mondial de la French Touch, la musique électronique est le genre qui s’exporte le mieux depuis la France. Parmi les plus grand succès de ces dernières années, on compte bien sûr les mastodontes comme David Guetta et DJ Snake, mais aussi les morceaux viraux de Kid Francescoli et Tez Cadey.

29 mars 2022

s

Par Trax Magazine

En partenariat avec la Electronic Music Factory

En tant qu’artiste, comment tenter de faire connaître sa musique à Tokyo, à Chicago ou à Berlin ? Pour Louis Hallonet, directeur adjoint en charge de l’international au Centre National de la Musique, les opportunités n’ont cessé de croître ces dernières années : « *grâce au digital, le terrain de jeu s’est internationalisé : toutes les musiques sont instantanément disponibles partout dans le monde, ce serait donc dommage de se restreindre à un public français* », note le spécialiste. Voici ses quatre conseils aux DJs et producteurs pour séduire de nouveaux publics à travers le monde.

Cibles des zones stratégiques

« Chercher à se développer dans des zones où le public n’a manifesté aucun intérêt pour votre musique, ça pourrait être une perte de temps. Il est préférable de commencer par regarder où se situent vos auditeurs. Avec les outils numériques, il est désormais facile les repérer dans chaque pays, dans chaque ville du monde. Et c’est la première chose à faire pour tenter de s’exporter : se servir de Spotify for Artists, Deezer for Creators, Apple for Artists ou encore Youtube Insights, mais aussi des statistiques de Facebook ou d’Instagram pour savoir où le

public commence à s’intéresser à votre musique. Pour aller plus loin, des services d’analyse de données payants comme Soundcharts permettent de produire une mappemonde de l’intérêt pour vos morceaux. La stratégie la plus pertinente, c’est ensuite de s’investir en priorité dans les zones où vous êtes le plus écouté, par exemple avec des campagnes de marketing ciblées. »

Collaborer avec des artistes étrangers

« Proposer à un artiste étranger de faire un remix de l’un de vos morceaux, ou bien de préparer un featuring, ça permet d’attirer à soi un nouveau public. Et puis, c’est une forme de validation de la part de cet artiste, qui vous ouvrira les portes de son audience. De même, signer dans un label étranger, ou travailler avec un producteur de cette région-là, aide à envoyer des signaux au public. »

Demander des aides au développement international

« Sur le site du CNM, on retrouve tous les programmes d’aides à l’exportation dédiés aux artistes émergents ou déjà installés. Pour y prétendre, il faut s’affilier gratuitement au CNM et déposer son dossier. Tous les ans, environ 400 projets bénéficient ainsi d’aides financières pour l’organisation de tournées, pour la promotion, pour les transports à l’étranger et pour l’organisation de showcases à l’international. Les régions, les instituts français et les ambassades développent aussi des programmes d’aides ponctuels pour l’exportation des artistes. »

Entretenir son réseau

« Le CNM organise des sessions de networking entre artistes, agents et managers étrangers. Pour infiltrer un marché étranger, il est aussi important de fréquenter les internationaux dédiés aux professionnels de l’industrie musicale, pour faire connaître son travail sur place. Depuis le début de la crise sanitaire, certains de ces événements ont lieu en ligne. C’est encore plus facile de faire des rencontres sans avoir à prendre l’avion ! »

C. Laborie