

PRÉJUDICE

# Rock En Seine perd une Amy

Suite à l'annulation du concert d'Amy Winehouse à Rock En Seine, ses organisateurs ont décidé de poursuivre la chanteuse et de proposer une compensation financière au public.

Un seul être vous manque, et tout est bousculé. Le 29 août, l'absence d'Amy Winehouse a déçu les quelque 25 000 festivaliers présents pour la clôture de Rock En Seine. Un coup dur pour le festival, doublé d'un sinistre air de déjà-vu, la chanteuse ayant une première fois annulé sa prestation l'an dernier (lire aussi la chronique de Bertrand Dicale p. 4).

Amy Winehouse devait monter sur la Grande Scène à 22 h 15. Or, ce n'est qu'à 20 heures que les responsables du festival ont été informés de son désistement par son agent, qui a évoqué une « maladie ».

Aujourd'hui, Rock En Seine a l'intention de poursuivre Amy Winehouse en justice. En effet, « l'artiste est liée à l'organisateur par contrat de travail. En cas d'absence, le contrat est considéré comme rompu aux torts et griefs de l'artiste (sauf cas de force majeure). L'organisateur peut réclamer des dommages intérêts, qui correspondent au montant des salaires prévus et/ou à une somme supérieure, en fonction du préju-



Amy Winehouse

dice effectivement subi » (1), explique M<sup>e</sup> Julie Jacob, avocate spécialisée en droit de la propriété intellectuelle. À noter que « si Amy Winehouse était "malade" lors du concert, il lui appartenait de prévenir l'organisateur en temps utile et de produire un certificat médical. À défaut, l'organisateur peut lui reprocher de ne pas avoir tenu ses engagements et demander le versement de dommages-intérêts supérieurs au dédit contractuellement

prévu » (2), précise M<sup>e</sup> Jacob. Rock En Seine propose en conséquence aux festivaliers une compensation de 18 € non nominative, à valoir sur l'édition 2009 du festival. Une mesure qui ne les a pas tous conquis : « C'est mieux que rien mais totalement inutilisable (...). Qui sait où l'on sera l'an prochain ? Qui sait si l'affiche nous plaira ? » note l'un d'entre eux sur le blog de Rock En Seine.

Bref, malgré une fréquentation générale de 76 000 personnes et de beaux concerts (REM, Raconteurs, The Streets), le désistement de la diva britannique constitue probablement un lourd manque à gagner pour les organisateurs de Rock En Seine. À l'édition 2009 d'effacer ce mauvais souvenir.

Pascaline Potdevin

(1) Art. L 1243-3 Code du travail - (2) Cass. 2 oct. 1975

BILLETTERIE

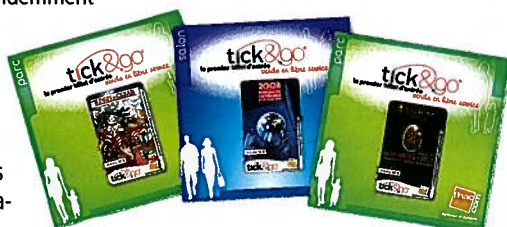
## La Fnac dégage son Tick & Go

Parallèlement à sa stratégie de dématérialisation, l'enseigne inaugure un concept de billet en libre-service qu'elle est aujourd'hui la seule à proposer.

Comment optimiser la commercialisation d'un spectacle ou d'un événement alors que l'e-ticket (billet à code-barres scanné à l'entrée d'une salle) se généralise un peu partout dans l'Hexagone ? La réponse de la Fnac se nomme Tick & Go. Soit une carte plastifiée, calquée sur le modèle d'une carte de crédit, ou un simple carton souple, customisés aux couleurs de l'événement et disposés dans les zones de passage des magasins. « C'est un outil marketing intéressant, note Bertrand Gstalder, directeur du pôle spectacle de l'enseigne, qui donne une visibilité supplémentaire à un événement et qui favorise l'achat d'impulsion. » Ce produit sera évidemment distribué dans les Fnac, mais pourra également être proposé dans les enseignes alternatives avec lesquelles tra-

vaillera le réseau de billetterie. Dont, en premier lieu, les buralistes, la Fnac ayant récemment conclu un accord avec le distributeur Altadis, ou les bureaux de Poste avec lesquels les pourparlers sont avancés. « Cela nous permet de proposer un réseau de vente temporaire et très localisé à un organisateur d'événement », poursuit B. Gstalder. Le Mondial de l'Automobile, le Futuroscope, le Parc Astérix et l'exposition Van Dyck seront les premiers lieux ou événements à être commercialisés via Tick & Go. « Nous comptons bien récupérer quelques festivals de musique d'ici à l'été prochain », conclut-il.

Romain Berrod



360°

## Up tempo accélère le rythme

Créé en novembre 2007, Up Tempo propose promotion et management. En cette rentrée, la société développe de nouvelles activités.

Valérie Zipper, qui a officié quatre ans à la promo nationale de Nostalgie et onze ans à la direction artistique d'Une Musique, s'est associée à Géraldine Tréhel qui fut, durant quatre ans, à la promo de TéléStar et six ans à la promo et communication de Chérie FM, pour créer Up Tempo.

**Promotion radio**  
Aujourd'hui, la société basée à Paris assure la promotion radio de certains artistes (comme Katie Melua ou Moonshoes auprès des stations de province ainsi que Michel Colyn et Angie Doll sur toute la France) et

et de lui trouver un producteur de spectacles et, pour nous, de nous occuper ensuite de son management », indique Valérie Zipper.

**Booking de tournées et production d'albums**  
La société se positionne également sur le booking de tournées, en association avec LPLCProductions, pour Låam et Cartouche, et sur la production exécutive d'albums (premier artiste signé prochainement). Enfin, les deux femmes créent Up Tempo Musique avec Dominique Dubois (qui fut entre autres directeur artistique chez Vogue).



s'occupe également de management (avec Cartouche et Luka). Pratiquement un an après sa création, Up Tempo se lance dans de nouvelles activités dont la production de spectacles avec pour débiter, des concerts de Cecilem au Sentier des Halles les 30 septembre et 1<sup>er</sup> octobre. La pianiste a vendu 11 000 exemplaires de son album autoproduit et distribué par Mo-saic Music et la jeune femme, en booking chez Les Singuliers, sera au Japon en octobre. « L'idée est d'aider l'artiste à passer un cap en produisant un 'megashowcase'

**Édition musicale**  
Cette cellule couvrira l'édition musicale et comprendra également une unité de chefs de projet destinée aux producteurs indépendants. « Les producteurs ont de plus en plus de mal à développer leurs artistes et ils ont tendance à rechercher des chefs de projet indépendants pour travailler, constate la cogérante d'Up Tempo. Nous constituons une équipe marketing et gérons tout : le choix des distributeurs physiques et numériques, des photographes... Pour la distribution, nous sommes en deal avec Rue Stendhal et Idol. Nous constituons aussi une équipe pour la promo avec Stéphane Letellier, Marie-Claude Castendet et Michèle David. »

Le premier projet est annoncé pour janvier 2009 : il s'agira d'Abyale, artiste jazz soul.

Sébastien Peyraud

### En bref...

#### > NOUVELLES DU MARCHÉ JAPONAIS

Au cours du second trimestre 2008, les ventes audio au Japon, tous supports confondus, ont accusé une baisse de leur chiffre d'affaires global de 6 %, pour un résultat de 147 milliards de yen. Quand au marché numérique, il a progressé de 6 % au premier trimestre, pour un total de 120,8 millions d'unités et de 22,46 milliards de yens. Le téléchargement sur téléphone portable reste prépondérant, avec 91,8 %.

#### > DEEZER CRÉE SA RÉGIE PUB

Deezer a annoncé la création de sa régie publicitaire Deezer Media. Le site s'est également associé à la régie Piximedia, spécialiste en dispositifs publicitaires interactifs. Deezer Media aura en charge les annonceurs captifs : cinéma, musique, jeux vidéo, DVD et autres bien culturels. Piximedia s'occupera des annonceurs non captifs.



#### > EMI SIGNE AVEC AIRTIST

EMI a signé avec la plate-forme Airtist un accord de distribution gratuite d'une partie importante de son catalogue, sans DRM. Basée sur le modèle du financement publicitaire, Airtist propose à l'internaute de visionner une publicité avant le téléchargement d'un titre. Une option disponible si le « quota » d'annonces est suffisant pour offrir le téléchargement, sans quoi les chansons sont disponibles pour 1,29 € et les albums à 9,99 €.

#### > ÇA BOUGE AU HIT MACHINE

Après treize ans de bons et loyaux services, les animateurs Charly et Lulu ont quitté l'émission et seront remplacés par Pierre Mathieu, ex-animateur du Morning Café. Son arrivée correspond à une nouvelle formule du Hit Machine qui, outre les classements habituels, diffusera des sujets sur les « coulisses » de la vie des artistes français et internationaux. Coup d'envoi le 20 septembre à 10 h 20, sur M6.

#### > BYE VIRGIN, HELLO ABSOLUTE

La station anglaise Virgin Radio devient Absolute Radio, suite à son rachat par le Times Of India Group, ce dernier ne possédant pas le nom donné à la radio par son fondateur, Virgin Group. Ses déclinaisons numériques changent également de patronyme, l'ensemble étant réuni sous l'égide de Absolute Network. Le point de départ d'un remaniement des stations qui devrait être finalisé en octobre.