

Au Midem, la crise est là, mais l'appétit aussi

LE MONDE | 28.01.2013 à 14h56 • Mis à jour le 28.01.2013 à 15h38

Par Véronique Mortaigne - Cannes Envoyée spéciale



L'une des allées du 47e Midem à Cannes, le 27 janvier 2013. | AP/LIONEL CIRONNEAU

L'appétit de musique ne s'émousse pas. La 47^e édition du Marché international du disque et de l'édition musicale (Midem) qui se tient à Cannes jusqu'au mardi 29 janvier explore tous les possibles, malgré la crise profonde dans laquelle est plongé le secteur depuis une dizaine d'années. Bien sûr, les fêtes sont moins belles, les étranges étrangers venus de loin, plus rares - les stands russes, indiens, brésiliens, néo-zélandais, etc. ont déserté ou choisi la voie du regroupement dans les allées du Palais des festivals.

Les start-up ne sont plus celles des années 2000, qui louaient des clubs et des yachts afin de faire de l'esbroufe pour que montent les enchères boursières. A leur place, des jeunes gens sérieux tiennent des comptoirs avec écran plat suffisant à faire la démonstration de leurs activités - forte tendance en 2013 sur le management d'artistes, le lien avec les fans, la distribution directe, numérique et physique. Autant de sujets traités par la société française Wiseband (ex-Yozik, 1 million de chiffre d'affaire annuel). Entre autres, et pour montrer que l'on peut encore s'amuser, Wiseband a créé pour un des jeunes artistes de la maison de disques Because Music, le DJ Breakbot, un vinyle en chocolat à écouter, puis à manger.

Le Monde.fr a le plaisir de vous offrir la lecture de cet article habituellement réservé aux

abonnés du Monde.fr. Profitez de tous les articles réservés du Monde.fr en vous [abonnant à partir de 1€ / mois](http://www.lemonde.fr/abo/?clef=BLOCABOARTMOTEUR1E) (<http://www.lemonde.fr/abo/?clef=BLOCABOARTMOTEUR1E>) | [Découvrez l'édition abonnés](#) ([/teaser/?url_zop=http%3a%2f%2fabonnes.lemonde.fr%2fedition-abonnes%2f](http://www.lemonde.fr/abo/?clef=BLOCABOARTMOTEUR1E))

Même NRJ est à la peine

L'imagination n'a pas de limites, les affaires, si. Au Midem 2013, les petits sont là, les gros aussi, la classe moyenne n'a pas vraiment survécu. Les difficultés rencontrées par les labels indépendants, les médias spécialisés aussi, ont eu raison d'une diversité naguère foisonnante. Tout est au resserrement des coûts, et les stars qui engrangent une grande partie de leurs revenus dans des tournées mondiales se montrent peu disposées à rejoindre la Croisette. Sans l'appui des maisons de disques éreintées par la chute des ventes, même NRJ est à la peine.

Certes les 15^{es} NRJ Music Awards organisés à Cannes dans le cadre du Midem ont réalisé un beau score sur TF1 le 26 janvier - 6,39 millions de téléspectateurs, 30,5 % des parts d'audience.

Johnny Hallyday a passé une tête, clope au bec, Mylène Farmer était émue, Patrick Bruel en forme, et les membres du groupe de rap Sexion d'Assaut portaient des costards noirs de chez Smalto.

Mais depuis l'après-midi, c'était les cinq jeunes mignons du nouveau boys band à succès One Direction qui avaient mobilisé une foule de gamines. Ces Britanniques font une musique à pleurer. Ils se sont rencontrés lors d'une émission de télévision, "X Factor"; on leur a fabriqué un tube, "What Make You Beautiful", qu'ils ont chanté lors de la cérémonie de clôture des Jeux olympiques de Londres, et partout ailleurs depuis. Rendez-nous Madonna ! En son temps, égérie incontournable des NRJ Music Awards, débarquant en jupette et jet privé à l'aéroport de Nice, hélico et limousine !

Toutes ces futilités ne désarment pas Fawzy El-Aiedy, joueur de oud, chanteur, compositeur, un Irakien installé en France dans les années 1980, et qui vient au Midem défendre son dernier album, *Radio Bagdad* (IMA/Harmonia Mundi). Il faut avoir la foi. La veille, au cœur de la nuit, derrière les barrières de sécurité de l'entrée des artistes, Indhira Luna, jeune chanteuse, inconnue, Vénézuélienne habituée des cabarets parisiens, cherchait sa chance : rencontrer un producteur. Dur, dur, le métier d'artiste.

"Ce ne sont pas des nantis, c'est une idée reçue", dit Jean-Michel Jarre, qui, à l'intérieur du palais, part en croisade pour défendre le droit des artistes à gagner leur vie. "Il est urgent de respecter le droit des créateurs, et d'arrêter ces campagnes outrancières qui veulent faire passer la propriété intellectuelle pour ringarde et passéiste. Ceux qui font cela procèdent d'un néo-hippisme

réactionnaire."

Marché international du disque et de l'édition musicale