



Christian Figuera et Patrick David se sont rencontrés en 2002 sur l'Arteplage de Neuchâtel, lors de Expo.02.



TWO GENTLEMEN

La passion musicale comme business plan

Dans un monde où le streaming et les téléchargements plombent l'industrie du disque, Christian Figuera, l'un des deux patrons de l'entreprise musicale lausannoise Two Gentlemen, donne quelques-unes de ses recettes de survie. Elles s'appellent diversification et exportation.

TEXTE: SYLVIE ULMANN /// PHOTOS: PIERRE VOGEL



Complémentaires et complices, les deux associés sont aux commandes de Two Gentlemen depuis 2008.

La histoire de l'entreprise lausannoise Two Gentlemen commence à l'aube du XXI^e siècle, sous le nom de Gentlemen Music, avec un seul homme à sa tête: Christian Fighera. Depuis, Patrick David l'a rejoint et l'équipe compte désormais huit personnes. Mais quand on demande à Christian Fighera comment résumer en deux mots l'activité de la maison, il rit: «Ecrivez que nous travaillons dans la musique alternative! C'est généralement dans cette catégorie que les artistes que nous produisons apparaissent dans iTunes!» Sophie Hunger, The Young Gods, Erik Truffaz... Voilà les grands noms – les «locomotives», comme on dit dans le métier – dont Two Gentlemen gère les carrières en Suisse et à l'étranger. Des artistes sur lesquels l'entreprise peut compter pour engranger des succès et qui génèrent 80% de son chiffre d'affaires, qui se monte aujourd'hui à 3 millions de francs, réalisé moitié en Suisse, moitié au-delà des frontières.

C'est que le marché musical helvète est restreint. «Trop petit en tout cas pour nous permettre de vivre uniquement du management. Atteindre 15000 ventes, soit un disque d'or, c'est déjà un bel exploit, mais cela rapporte à peine de quoi payer les frais inhérents à sa réalisation», souligne Christian Fighera.

En plus de s'exporter, Two Gentlemen a également opté pour la diversification des savoir-faire, de façon à multiplier les sources de revenus, palliant ainsi en partie l'exiguïté du marché. Production, management, organisation de tournées pour des artistes suisses sur des scènes locales ou étrangères, ou pour des artistes étrangers en Helvétie, réalisation de disques, «y compris les vinyles, puisque les gens s'y intéressent à nouveau depuis une dizaine d'années». Un support de niche qui représente tout de même 5% de l'industrie discographique dans le monde. Chez Two Gentlemen, elle rapporte 20 000 francs par an.

L'art d'être multi-casquette

Diversifier les prestations implique un même mouvement au niveau des savoir-faire. Où Christian Fighera a-t-il donc acquis ceux qui l'ont amené à la tête de Two Gentlemen? Sur le terrain. Comme pour beaucoup d'entreprises, l'histoire de Two Gentlemen démarre dans une cuisine. Et en musique, car Christian Fighera est tombé dedans tout petit: son père et son grand-père étaient déjà musiciens amateurs. «Comme j'ai baigné dans ce milieu, cela m'a paru normal de m'y mettre à mon tour», résume-t-il. Guitare, basse, piano... Trois instruments auxquels il s'est aussi formé en autodidacte. Pendant plusieurs an-



L'industrie de la musique enregistrée pèse

Le saviez-vous ?

«Gentlemen» fait allusion à une attitude que la maison aime à cultiver, mais s'inspire surtout du titre d'un album des Favez, «Gentlemen start your engines», sorti en 1999.



100 millions de francs en Suisse.

nées, il a été guitariste au sein d'un groupe qui, depuis, s'est taillé une jolie notoriété locale : Favez. Mais, parallèlement, il a entrepris un apprentissage de commerce, « pour avoir un «vrai» boulot, parce qu'en Suisse, personne ne considère la musique comme un job sérieux ».

C'est au moment où il a fallu organiser des concerts, trouver des dates et des salles prêtes à accueillir ce combo alors débutant que son talent s'est révélé. Booker des dates, il aime ça et, surtout, l'aspect administratif de l'exercice ne lui fait pas peur. Dans le milieu artistique, il comprend vite que c'est un plus, d'autant que son expérience musicale lui permet aussi de se rendre compte qu'il n'est pas vraiment fait pour la vie d'artiste, « qui exige une disponibilité totale, de façon

à pouvoir saisir la moindre opportunité qui pourrait se présenter aux quatre coins de la Suisse comme à l'étranger ». Alors, certes, la vie qu'il a choisie n'est pas de tout repos non plus – Christian Fighera ne dénombre plus les soirées et week-ends travaillés – mais, au moins, c'est lui qui tient l'agenda.

Pendant deux ans, il gère les affaires du groupe, à côté de son «vrai boulot» dans une assurance de la place. Ce travail, qu'il effectue en dehors des heures de bureau, ne passe pas inaperçu. Fabrice Bernard, de Headstrong Music, le repère et lui propose de le rejoindre. Ils travailleront ensemble pendant un an, le temps pour Christian Fighera de s'initier aux ficelles du métier : « Fabrice m'a appris la rigueur », souligne-t-il. Une deuxième qualité indispensable pour survivre dans le milieu artistico-culturel. La troisième consiste à avoir un solide réseau, et notre gentleman, qui s'est aussi occupé de la programmation du festival Pully For Noise entre 1999 et 2007, a profité de toutes les occasions qui se présentaient pour bétonner le sien. Enfin, quatrième qualité nécessaire pour réussir dans ce domaine, savoir de quoi l'on parle. A ce chapitre, Christian Fighera semble incollable : musicien, il est passé par à peu près tous les métiers de la scène, de stage manager à vendeur de disques et de t-shirts après les concerts.

L'envol vers la professionnalisation

En 2000 donc, fort de toutes ces expériences, il décide de voler de ses propres ailes et fonde Gentlemen Music. « On m'avait recommandé d'opter pour une structure associative, plus légère, c'est ce que j'ai fait. Et j'ai fonctionné

Avez-vous les moyens de lancer votre album ?

Impossible de réaliser un album à moins de 5000 francs ; les coûts peuvent atteindre 250 000 francs.

Le producteur touche 30 à 50 % des bénéfices ; il a donc tout intérêt à ce que cette réalisation se vende.

L'entreprise en quatre dates

- 2000** Après une année dans les bureaux de Headstrong Music, Christian Fighera, guitariste du groupe de rock Favez, fonde sa propre société, Gentlemen Music.
- 2002** Il rencontre Patrick David, qui est alors aux manettes du Cargo sur l'Artepilage de Neuchâtel, pendant Expo.02.
- 2008** Christian Fighera et Patrick David fondent Two Gentlemen SA et gèrent notamment la carrière de Sophie Hunger, Anna Aaron et Erik Truffaz.
- 2014** La société emploie huit personnes pour 6,5 équivalents temps plein et s'occupe aussi bien de production ou de vente d'albums que de management et de booking pour des artistes suisses ou étrangers.

Disques d'or et de platine

En Suisse, il faut vendre 15 000 albums pour devenir disque d'or et 30 000 pour le platine. En France, un album devient disque d'or à partir de 50 000 exemplaires et décroche le platine dès 100 000 ventes.

avec ce statut de pseudo-association pendant huit ans», se souvient-il. A l'époque, il travaillait seul, «surtout comme agent (voir encadré page 19) pour des artistes suisses. La diversification s'est faite petit à petit», au fil des opportunités et non en suivant un business plan.

Il lance une maison de disques puis, en 2002, croise la route de Patrick David, aujourd'hui son associé. Le parcours de ce fin connaisseur de la scène alternative rappelle celui de Christian Fighera, car lui aussi s'est formé sur le tas: à 16 ans, il distribuait de la musique punk et il a ensuite été très actif pendant des années à la Dolce Vita, défunt haut lieu de la culture alternative à Lausanne. Plus tard, on le retrouve à Paris, puis gérant la carrière du groupe Sens Unik et, enfin, de retour en Suisse, à Expo.02. Sur l'Arteplage de Neuchâtel, il est aux manettes du fameux Cargo, la salle de concerts rock, dont il a fait un endroit incontournable où convergent tous les amateurs de décibels pendant l'exposition nationale. C'est là que nos deux gentlemen se rencontrent. Christian Fighera se souvient: «Très vite, nous avons eu envie de travailler ensemble, et Patrick m'a proposé d'être stage manager sur une tournée des Young Gods en 2005. Cela s'est très bien passé et nous avons souhaité renouveler cette expérience.» L'opportunité se présente enfin, sous forme de concert, fin 2006. Sur scène, une toute jeune chanteuse de 23 ans, Sophie Hunger. Celle-ci n'est pas une inconnue aux oreilles de Christian Fighera. En effet, un autre artiste lui avait fait découvrir sa musique. Elle a déjà un disque à son actif, mais pas de manager. Comment approcher un talent dont on flaire le potentiel pour lui proposer ses services? Exit la tactique frontale, «les choses se sont faites gentiment. Nous l'avons contactée, puis nous nous sommes rencontrés plusieurs fois», détaille-t-il. Dans l'intervalle, les deux acolytes fondent leur société anonyme,

Two Gentlemen, que la chanteuse rejoint pour produire son deuxième opus, *Monday's Ghost*. Et là, bingo: dès sa sortie, l'album se retrouve numéro un des ventes de la semaine. Il s'écoulera à environ 100 000 exemplaires jusqu'à aujourd'hui dans le monde, en physique, digital et streaming. Son album suivant, *1983*, est également rentré d'emblée numéro un.

Le succès n'est pas synonyme de richesse

Une bonne nouvelle pour la maison, mais pas le début de la fortune pour autant. A l'ère du digital, la concurrence est rude et les marges sont de plus en plus minces, car les albums se paient de moins en moins cher. Si, il y a dix ou quinze ans encore, les CD coûtaient une trentaine de francs, aujourd'hui, ils s'acquièrent à moins de 20 francs. Un manque à gagner pour les entreprises musicales, «qui le compensent par un transfert de charges», souligne Christian Fighera, rappelant qu'«à cette époque, on allait voir un concert pour 40 à 50 francs. Aujourd'hui, le prix des albums est tombé, mais un billet de concert coûte entre 80 et 250 francs!»

Le mouvement n'est pas près de s'inverser, car la musique se vend moins bien, y compris sur le marché digital: sur l'iTunes Store, les téléchargements sont en baisse. La faute à un nouvel acteur qui s'impose sur le marché musical: le streaming, avec des plateformes comme Spotify. Cette dernière permet d'écouter de la musique selon le modèle du freemium, offrant une version gratuite où le son est interrompu par de la réclame toutes les quinze minutes, et une payante, sans publicité, proposée à 12,95 francs par mois en Suisse, soit même pas le prix d'un album sur l'App Store. Les mélomanes ont vite fait leurs comptes... Loin de nous jouer la rengaine du «c'était mieux avant», Christian Fighera

L'industrie du disque en chiffres

En Suisse, l'industrie de la musique enregistrée pèse **100 millions** de francs. Celle du livre, **300 millions** de francs soit, en tout, **moins de 1 demi-milliard** de francs. Par comparaison, au deuxième trimestre 2014, UBS a annoncé un bénéfice avant impôts s'élevant à **1,2 milliard** de francs.





Sophie Hunger est l'une des artistes que la PME a produits.

reste optimiste: «Toutes ces nouvelles technologies en sont à leurs débuts, je pense que les choses vont énormément bouger ces prochaines années et se réguler d'une façon ou d'une autre, surtout à partir du moment où Spotify aura des concurrents sérieux. Pour le moment, seules les majors – les trois grandes sociétés de production que sont Sony, Warner et Universal, qui se partagent 77% du marché – profitent véritablement des revenus de cette plateforme. Elles ont mis leurs catalogues à disposition de Spotify, exigeant des actions en retour. A présent, ce sont elles qui touchent de l'argent, et non les artistes!» Mais ceux-ci commencent à bouger; le groupe Radiohead a ainsi retiré tous ses titres de Spotify. Les artistes de Two Gentlemen y demeurent pour leur part présents, car figu-

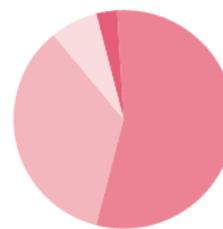
rer sur cette plateforme ultra-populaire, c'est aussi une façon de se faire connaître.

Mais alors, quelle est la clé de la réussite ?

Dans cette jungle, Two Gentlemen continue malgré tout à faire son travail avec passion, «comme des artisans, en intervenant un minimum dans les créations des artistes». Cette philosophie, c'est sa «patte», sa signature. La culture n'est pas une science exacte, et personne n'a encore trouvé ce qui fait qu'un artiste se vend et un autre, même talentueux, non. «Si on le trouve un jour, je change de profession, car cela n'aura plus aucun intérêt, lance Christian Fighera. Il est impossible de savoir d'emblée si un artiste est fait pour son métier», souligne-t-il. Alors, les élus passent par une phase de test, qui dure environ six mois et «permet de savoir si la personne a les épaules assez solides pour s'en sortir et ce qu'elle a dans le ventre. On la conseille sur des domaines variés, y compris sur son look. Si on se rend compte qu'elle a un talent musical mais que ses textes sont mauvais, on va lui trouver un parolier», explique-t-il. Le temps d'évaluer le véritable potentiel d'un artiste ou d'un groupe, et de voir aussi si «ça prend». Parfois, comme en cuisine, «ça ne prend pas». L'exercice n'a pas pour but de dénicher le nouvel Eicher, mine d'or du rock helvète: «Quelques-uns de nos artistes marchent bien, d'autres sont moins connus, mais, pour nous, c'est la qualité de leur travail qui compte.»

Nos deux gentlemen et leur équipe, qui, au fil des années, s'est enrichie de personnes s'occupant d'administration, de logistique, de promotion ou de production, ont-ils enfin décroché la timbale? Christian Fighera rigole: «Chez nous, tout le monde est à la même enseigne, les patrons comme les employés. La seule différence est que, Patrick et moi, nous possédons des parts dans la société. Sinon, nous touchons un peu plus que ce qui aurait dû être le salaire minimum légal s'il avait été accepté en votation.» Pour autant, à 38 ans, Christian Fighera estime qu'il n'est pas à plaindre. Plutôt du genre à voir le verre à moitié plein, il se dit ravi de faire un métier passionnant et considère que cela suffit à faire son bonheur. ●

Two Gentlemen, données financières
3 millions de francs de chiffre d'affaires en 2013, dont:



- 55 % tournées
- 35 % label
- 7 % booking en Suisse
- 3 % édition

Qui fait quoi ?

- Le producteur paie l'enregistrement d'un disque.
- La maison de disques l'édite et le distribue, mais il arrive qu'elle se charge aussi de la production.
- L'agent s'occupe du «booking», autrement dit de trouver salles et dates de concert pour les artistes. Il touche 15% des recettes.
- Le manager est un peu la «maman» de l'artiste. Il conçoit sa stratégie, son look, l'aide à préparer ses interviews, ses interventions dans des émissions... Il touche 20% des revenus de l'artiste.