

La musique et leur interprète de nos jours - 1/2

Ceci est un coup de gueule à toutes ces soi-disant "artistes" qui passent en boucle à la radio, qui prétendent être vrais et bien dans leur peaux. Je vous présente ici le parcours marketing de quelques artistes...

Commençons par le phénomène Britney Spears, tout le monde connaît qu'on le veuille ou non, elle est partout. Dans la presse, les magazines à scandales, à la télévisions... Bref ont qu'on aille on l'entendra soit à la radio dans la voiture, ou sur une affiche promotionnelle de son quatrième album dans la rue ou encore à la librairie avec son livre. Britney occupe et s'approprie tous les marchés possibles et imaginables. Voici le parcours marketing de cette jeune femme de 21ans : En 1997 sort l'album d'une jeune fille de 16ans dont le succès est immense outre-atlantique et qui ne finira pas de séduire les autres continents. Son album "Baby One More Time" est un triomphe et très vite la gentille jeune bondinette est adoptée autant par les adolescents que par les parents qui apprécie sa douceur et le fait qu'elle ne soit pas provocante, qui ressemble à tous les ados.

On découvre là une gentille fille, qui ne fume pas, ne bois pas, est vierge, ne compte pas faire l'amour avant son mariage et déclare ne JAMAIS (noter comme ce mot est éphémère) poser nue.

En 1999 Britney Spears réapparaît avec son second opus "Oops !... I Did It Again". Pas de grand changement dans son style mit à part des vêtements un peu plus désahabiller, mais rien d'alarmant jusqu'ici. Et pourtant suite à ce minuscule changement va s'en suivre une chute aux enfers.

2002 sorti de l'album "Britney" qui fait scandale. Dans ses clips aussi bien que lors de ses sorties public et ses concerts la princesse de la pop est très osée. Tenues courtes et sexy sont au rendez-vous. C'est un changement radical de la part de Mlle Spears. On découvre même qu'elle boit de l'alcool (s'achant qu'aux USA il faut avoir 22ans pour boire de l'alcool et que Britney en a 20 à ce moment).

En 2004 c'est une Britney complètement dénudée, dépourvue du moindre habit convenable que l'on découvre pour son quatrième opus. Loin d'avoir abandonnée son style vestimentaire de 2002 et au passage raccourcissant encore plus ses habits, la jeune femme est en pleine dérive.

Conclusion : Qu'on le veuille ou non Britney est un produit marketing complètement manipulée par sa maison de disque. Si l'on suit bien son parcours on remarquera que son style est fait en fonction des goûts du moment de son public, (les adolescents qui donc sont influençables et dont une bonne partie marche en fonction de la mode) et la mode. A ses débuts en 1997 la mode est au "artistes" (si de nos jours on peut toujours appeler ça ainsi...) plutôt sage, pas trop turbulent et c'est ainsi qu'à débiter cette pauvre manipulée qu'est Britney. Puis en 1999 c'est assez le style "je montre mon nombril" (que je déteste au passage... lol) donc la jeune fille ce la fait "je montre mon nombril". Puis en 2002 la mode "plus je suis dénudée mieux ça le fait" est en pleine ascension et Britney se montre ainsi et puis 2004 alors la c'est "plus je fais p*** plus je suis cool" alors ça Britney elle a respecté à la lettre. Sa maison de disque ce permet tous les droits sur Britney, celle-ci est complètement entre ses mains. La soit disant princesse de la pop n'est qu'un des nombreux petits jouets d'une des nombreuses maisons de disques. Cette fille n'a aucune personnalité ou alors ne le montre t'elle pas, peut-être est-ce encore après tout une des exigences de sa maison de disques, c'est une véritable loque humaine. Non mais c'est vrai regarder ce qu'elle devient cette nana, elle est en pleine dérive, tout ça pour qu'une bande de snobinards tranquillement installés dans leur bureau gagnent des millions sur son dos. Et c'est pareil avec des tas de chanteurs, tous manipulés. Britney n'est que de la pâte à modeler pour sa maison de disque qui la modèle à sa manière, selon les goûts et choix d'un public naïf, qui se soumet aux exigences en achetant des cds qu'ils n'aiment peut-être même pas ! Bref Britney Spears est bien un produit marketing parmi t'en d'autres.

Passons maintenant à Avril Lavigne qui a fait ses débuts en 2002 avec son premier album "Let go" qui a rencontré un franc succès. Sauf que cette jeune fille de 18ans désignée par les médias comme étant une

La musique et leur interprète de nos jours - 2/2

prodige du rock, une rebelle, punk et pour l'anarchie n'a en rien l'air d'un produit marketing. Ce qui est vrai. Elle ne ressemble pas à toutes ces poupées barbies façon Britney ou Christina Aguilera. Avril Lavigne porte des bracelets cloutés, des baggys, des habits peu féminin bref niveau look rien à voir avec ce dont on avait l'habitude jusqu'à présent. Avec elle s'affiche aussi durant ses représentations un groupe composé de deux guitaristes, d'un bassiste et d'un batteur. Cela ne fait qu'accentuer son allure rock'n'roll. Et puis dans ses clips les allures rebelles sont utilisées à plein gaz. Cette année elle nous revient avec son nouvel opus "Under My Skin" qu'elle décrit comme étant plus rock que le précédent. Son premier clip est d'ailleurs tout aussi rebelle que les précédents. On nous présente là un style nouveau qui va engendrer un nouveau mode : "la façon skateur".

Et bah oui ! Avril Lavigne est belle est bien un produit marketing bien quel dénonce ce fait sans arrêt. Elle a simplement été lancée sur le marché en passant en boucle à la radio pour se faire connaître. Elle ne fait en aucun cas du rock mais de la pop, à la limite pop-rock. Ecouter sa musique et vous remarquerez qu'elle est très proche de la pop mais à part quelques malheureux accords de guitare électrique et puis moi j'ai jamais entendu de basse dans ses morceaux pourtant le bassiste est bien là ! Les médias qui la définissent comme rebelle et punk accentuent sa popularité. Avril ne dit pas en effet qu'elle est rebelle et punk, c'est bien l'œuvre des journalistes mais c'est encore un coup marketing pour accroître son succès. Donc Avril Lavigne manipulée ? Oui.

Voilà j'espère que ça vous en a appris plus sur les techniques des maisons de disques et ces deux "artistes". Désolé pour les fautes d'orthographe j'ai fait comme j'ai pu.