

Martin Goldschmidt, Londres

Chez lui, les musiciens se sentent bien

Contrairement à ceux d'autres labels, le patron de la société de disques Cooking Vinyl ne s'est pas laissé déborder par Internet. Au contraire: il a saisi cette chance pour changer radicalement d'approche et prendre avec succès un nouveau départ. *Hanspeter Künzler*



Martin Goldschmidt: «Nous offrons un service aux artistes comme aux clients.»

Les sociétés de disque n'ont pas bonne réputation. Ni parmi les fans de musiques, ni parmi les artistes. Du temps du vinyl, les premiers récriminaient déjà contre le prix bien trop élevé des disques. Les seconds se plaignaient – non sans fondement le plus souvent – d'être écartés sans pitié. A notre époque du laptop, les voici vengés. Aujourd'hui un musicien peut enregistrer son album dans sa salle de bains et le diffuser tout seul sur Internet. Et la clientèle peut télécharger directement son produit – si possible illégalement et gratuitement. On peut donc se passer des services de maisons de disques rapaces. «Nous sommes différents», déclare toutefois Martin Goldschmidt, chef du label londonien Cooking Vinyl. «Nous offrons un service aux artistes comme aux clients.»

Vers la fin des années septante, Goldschmidt était un étudiant punk qui militait dans des manifestations antiracistes et avait besoin d'un accompagnement musical. Connaissant un orchestre qui ne se produisait sous aucun label, il s'engouffra alors dans la brèche. Son

nouveau slogan commercial fut tout naturellement «Do it yourself». C'est ainsi que sortirent de terre les labels dits indépendants (Indies). La plupart disparurent bientôt. Cooking Vinyl fut presque du nombre, qui frisa la faillite vers la fin des années 80.

Voie du succès!

Mais Goldschmidt et son équipe surent tirer d'utiles leçons et survivre. Aujourd'hui, Cooking Vinyl, domicilié à Acton (Londres-ouest) et occupant quelque 25 collaborateurs, réalise un chiffre d'affaires de près de 9 millions de livres. Le label produit des musiciens comme le Techno-Rock-Band, The Prodigy ou encore Suzanne Vega. Il organise tout lui-même, de la production du support sonore au marketing en ligne. Le secret de cette réussite? «Je suis peu prodigue avec l'argent, je n'ai jamais eu de gros découverts», explique Goldschmidt en souriant.

Pour retrouver le chemin du succès, un total changement d'approche était devenu indispensable. Au lieu de créer

Cooking Vinyl Records

Fondée en 1986

Siège: Londres (GB)

Collaborateurs: 25

Chiffre d'affaires: 9 millions de livres

Infos: <http://cookingvinyl.com/>

Grande-Bretagne

Habitants: env. 62 millions

Monnaie: livre anglaise (1 £ = 1,53 Fr.)

PIB/habitant: env. 29 000 livres

Taux de chômage: 7,8 pourcent

de nouveaux artistes, Goldschmidt et Co a choisi de prendre sous contrat des artistes qui avaient déjà une bonne base de «groupies», ce qui lui donnait une indication de leur potentiel de vente. Auparavant, les «Indies» se plaignaient que les grandes maisons de disques leur enlevaient les jeunes talents. Cooking Vinyl a fait le contraire, en engageant des artistes comme Billy Bragg, certes lancés par des «majors», mais qui assureraient à celles-ci trop peu de profit. Il a proposé aux musiciens, en plus des contrats conventionnels, une formule séduisante: les artistes enregistrent les albums à leurs frais et l'entreprise se charge d'organiser le marketing et la distribution.

Goldschmidt a très vite reconnu le potentiel d'Internet. Il a lancé une entreprise en ligne qui lui a conféré une grande expertise et assuré de nombreux contacts dans ce secteur. Finalement, il a vendu l'exploitation à un «prix intéressant». A propos du boom du commerce musical en ligne, il dit: «Internet ne me fait pas peur. Certes, l'industrie musicale a besoin de la protection du droit d'auteur. L'essentiel est que nous parvenions à offrir un produit si bon – et dans un emballage somptueux! – que les fans préfèrent l'acheter plutôt que de se servir gratuitement.» ■