

**LE**

**MANUEL**

**( Méthode simple pour être  
N°1 aux Charts )**

**JIMMY CAUTY    BILL DRUMMOND**

**Traduit de l'anglais par D&D**

THE TIMELORDS

LE MANUEL

(MÉTHODE SIMPLE POUR ÊTRE N°1 AUX CHARTS)

THE JUSTIFIED ANCIENTS OF MU MU DÉVOIENT LEUR  
MÉTHODE ZENARCHISTE POUR RÉALISER  
L'IMPENSABLE .

KLF 009B

1988 (TU SAIS CE QUI N'EST PLUS)

UN TEXTE DE :

LORD ROCK & TIME BOY

A.K.A. THE TIMELORDS

A.K.A. ROCKMAN ROCK & KINGBOY D.

A.K.A. THE JUSTIFIED ANCIENTS OF MU MU

A.K.A. THE JAMS

A.K.A. THE KLF

A.K.A. THE FALL

A.K.A. THE FOREVER ANCIENTS LIBERATION LOOPHOLE

KLF PUBLICATIONS, BOX 283, HP22 5BW

KLF PUBLICATIONS EST UNE COMPANIE DE COMMUNICATIONS DE KLF

KLF COMMUNICATIONS 1988

PUBLIÉ POUR LA PREMIÈRE FOIS EN 1988

TOUS DROITS RÉSERVÉS. AUCUNE PARTIE DE CETTE PUBLICATION NE  
PEUT ÊTRE REPRODUITE, STOCKÉE DANS UN SYSTÈME DE RECHERCHE

DOCUMENTAIRE OU TRANSMISE SOUS QUELQUE FORME OU PAR QUELQUE MOYEN QUE CE SOIT, ÉLECTRONIQUE, MÉCANIQUE, PHOTOCOPIE, ENREGISTREMENT OU AUTRE, SANS LE CONSENTEMENT PRÉALABLE DE KLF PUBLICATIONS.

CE LIVRE EST VENDU À LA CONDITION QU'IL NE SOIT NI PRÊTÉ, NI REVENDU, À TITRE COMMERCIAL OU DE TOUTE AUTRE MANIÈRE, LOUÉ OU DIFFUSÉ SANS LE CONSENTEMENT PRÉALABLE DE L'ÉDITEUR SOUS TOUTE FORME DE RELIURE OU D'ÉDITION AUTRE QUE CELLE SOUS LAQUELLE IL A ÉTÉ PUBLIÉ ET SANS MENTIONNER UNE TELLE CLAUSE IMPOSANT CES CONDITIONS AU POTENTIEL ÉDITEUR FUTUR.

#### GARANTIE - COMMENT LA FAIRE VALOIR

NOUS GARANTISSONS QUE NOUS VOUS REMBOURSERONS LE PRIX TOTAL DE CE MANUEL SI VOUS N'ARRIVEZ PAS À OBTENIR UN N°1 DANS LES CHARTS OFFICIELS DU ROYAUME-UNI (GALLUP) DANS LES TROIS MOIS SUIVANT L'ACHAT DE CE MANUEL ET À CONDITION QUE VOUS AYEZ SUIVI NOS INSTRUCTIONS À LA LETTRE. POUR RECEVOIR CETTE GARANTIE, VEUILLEZ ÉCRIRE À KLF PUBLICATIONS, BOX 283, HP21 7HG, ROYAUME-UNI. AVEC VOTRE NOM, ADRESSE, UNE PHOTOCOPIE DE VOTRE TICKET D'ACHAT ET UNE ENVELOPPE TIMBRÉE LIBELLÉE À VOTRE ADRESSE. VOUS OBTIENDREZ VOTRE GARANTIE SOUS 28 JOURS.

CE LIVRE EST DÉDIÉ À LA MÉMOIRE DE DON LUCKNOW.

NOUS AIMERIONS REMERCIER MARIE O'FLAHERTY POUR SON DÉVOUEMENT ET SON TRAVAIL ACHARNÉ, SANS LAQUELLE NOUS N'AURIONS PAS PU TERMINER CE MANUEL.

---

## LE COMMENCEMENT

### « MÉTHODE SIMPLE POUR ÊTRE N°1 AUX CHARTS »

Parez-vous à plonger dans la métaphore du mix. Parez-vous à faire décoller votre bonne étoile, à invoquer les nuages tempétueux de votre imagination et à appliquer l'extrême-onction à votre propre génie. Car c'est en suivant les instructions claires et concises de ce livre que vous parviendrez à réaliser votre rêve d'enfant : être n°1 au Top 40 officiel des charts britanniques et obtenir par la même occasion une place éternelle dans les annales sacrées de la Pop Culture .

Réussir à sortir un single n°1 aux charts est la seule chose qui vous sera offerte ici. Pas de richesse éternelle, la renommée finira par s'estomper et votre vie sexuelle redeviendra ardue. Ce qui aura été à vous l'espace de quelques jours entrera ensuite dans le domaine public.

Dans ce manuel tantôt nous vous prendrons de haut, tantôt nous vous tromperons. Nous vous mentirons mais nous-nous mentirons aussi à nous-mêmes. Vous verrez toutefois à travers le latis de nos mensonges briller l'éclatante vérité. Nous nous piégerons dans nos propres prétentions. Nos conceptions seront transpercées par des rayons déformants et nous nous délecterons de nos propres incohérences. Si certains passages sont trop ennuyeux vous n'aurez qu'à les sauter, jusqu'à la fin du livre s'il le faut.

Maintenant, il est clair que la Pop Music ne sauvera pas le monde, mais elle constitue indéniablement un système de classement des plages mémorielles. Pendant des années à venir des gens tituberont pour rentrer chez eux en arpentant de tristes ruelles et en chantonnant votre chanson rythmée par les renvois de leur poulet vindaloo, toute trace des personnes ayant créé ce hit ayant disparu. C'aura pourtant été vous l'artisan oublié du retour à la surface de tous ces goûts, de ces odeurs, de ces larmes, de ces angoisses, de ces années perdues et de

ces occasions manquées, alors profitez-en tant que vous êtes au n°1.

Les gens pensent qu'être n°1 au top 40 est synonyme de gloire, de richesse infinie et de sexe facile – un mythe auquel ils veulent bien croire et que la presse souhaite voir perdurer. Avec les stars de la télé, les sportifs célèbres et certains membres (aussi éloignés soient-ils) de la famille royale britannique, les pop stars appartiennent à ce monde étincelant des soirées show-biz pleines de glamour et de liaisons extra-conjugales dans lequel elles sont trimballées, mises en scène, travesties puis finalement broyées. Les stars ne sont bien sûr pas à l'abri de la drogue, de l'alcoolisme, des mariages brisés et des faillites, mais même cette sordide réalité est recouverte de paillettes.

En gros, un n°1 en Pop Music c'est la consécration ultime, le couronnement et la gloire suprême.

La majorité des n°1 arrivent au début de la carrière d'un artiste, bien avant qu'il ne se soit constitué une réputation et une fan-base solides. La plupart d'entre eux n'arrivent jamais à reproduire ce coup d'éclat qui devient la pierre angulaire à laquelle sont comparées toutes leurs productions ultérieures. Le fait qu'un disque soit n°1 signifie automatiquement que la chanson sera surexposée médiatiquement pendant un laps de temps très court alors qu'elle est en fin de compte aussi insignifiante que le buzz du mois d'avant.

Une fois ou deux tous les dix ans, un n°1 touchera un nerf particulièrement sensible du pays et l'appétit national pour le son et son emballage sera tel qu'on en redemandera. Le succès pourra alors se répéter deux, trois, voire quatre fois sans que la formule ne s'altère. La prison est alors parfaite, soit l'artiste se détruit en tentant de montrer au monde qu'il y a d'autres facettes de sa créativité, soit il succombe de bon cœur à passer le reste de sa vie comme une bête de foire, colportant l'insouciance de ces jours passés. Et encore ceux-là sont chanceux, la plupart n'arrivent jamais à réitérer leur premier hit et sombrent cruellement dans des années d'arriérés d'impôt, repoussant désespérément toutes les tentatives de s'accommoder de la seule chose

rationnelle à faire : trouver un boulot de 9 à 17h .

Si l'artiste sans défenses peut ignorer tout ça, soyez sûr que le monde de l'industrie musicale est au courant, mais refuse de l'admettre par un drôle d'instinct suicidaire. Ils continueront de considérer ce premier succès enregistré à bas coût comme un diamant brut et dépenseront pendant des années des fortunes en studio, support-tours et vidéo-clips pompeux tout en priant qu'un nouveau succès arrive et rapporte enfin de l'argent palpable.

Bien sûr il est de ces artistes qui travaillent longuement et durement à bâtir une solide intégrité artistique, à obtenir le respect de la critique et un public fidèle (autant de fondations solides) et boum ! Ils obtiennent un n°1, la gloire suprême. Malgré ça, les puristes qui ont suivi leur guide dans sa traversée du désert sont tout à coup dégoûtés de devoir partager leur petit club privé avec les masses impures.

Alors à quoi bon à la fin ? Que faire si l'on ne peut rêver ni d'un grand succès commercial, ni d'une grande carrière où notre créativité peut s'exprimer sur le long terme ? (Sans parler d'une quelconque garantie de l'un ou l'autre.) – Dieu seul le sait.

Nous serions heureux si ce livre parvenait à devenir le nouveau « Apprenez la guitare en 1 jour » de Bert Weedon, ne serait-ce que l'espace d'un mois oublié de la fin des années 80. Si quiconque réussit à obtenir un n°1 dans les charts en suivant nos consignes nous lui offrons une nuit avec les JAMs<sup>1</sup> à Madagascar où tout sera pris en charge. Si certains ou certaines s'offensent que l'on emploie « lui » et « ils » au lieu de « elle » et « elles » c'est juste que c'était plus simple d'écrire comme ça en tant que mecs.

Alors comment s'y prendre pour être n°1 au charts britanniques ? Suivez simplement ce petit guide étape par étape :

---

<sup>1</sup> Justified Ancients of Mu Mu.

Tout d'abord vous devez être fauché et sans boulot. Quiconque ayant un emploi sérieux ou une formation à temps plein n'aura pas suffisamment de temps à consacrer pour parvenir au bout de notre objectif. De plus, être au chômage vous donnera une vision plus claire du fonctionnement de la société. Si vous êtes déjà musicien arrêtez de jouer de votre instrument, ou encore mieux vendez votre quincaillerie. Glander autour de votre quatre-pistes cassette et de vos appareils de musique (anciens ou récents) ne fera que compliquer les choses et vous distraire de votre objectif principal. Encore pire qu'être musicien : faire partie d'un groupe. Les vrais groupes n'arrivent jamais à être n°1, à moins d'être des marionnettes.

Si vous faites partie d'un groupe vous êtes sans doute au courant des chamailleries minables et des jérémiades lâches et puérides qui s'y développent. Cela ne fait que s'envenimer avec le succès et aucun groupe ne s'en est jamais sorti, ça se termine toujours dans des crises de larmes ou de colère et une acrimonie amère. Le mythe du groupe en tant que bande de potes « face » au monde (comprenez « pour changer », ou « pour baiser » ou « pour sauver le monde ») est une douce illusion pour qu'on continue tous à acheter des disques et à lire des magazines. Figurez-vous que c'est un mythe auquel beaucoup de membres de groupes eux-mêmes veulent continuer à croire.

Donc si vous êtes dans un groupe, barrez-vous. Cassez-vous, tout de suite.

Cela dit, il peut être très utile d'avoir un équipier, quelqu'un à qui vous pouvez transmettre des idées et vice versa. Plus que deux personnes, ce sont des factions qui se développent et alors... autant faire de la politique. Pas de place pour la nostalgie des quatre garçons dans le vent qui secouent la planète ou du petit groupe de potes de quartier qui explose.

Regardez Top of the Pops religieusement chaque semaine et instruisez-vous. Le moment venu, c'est par l'intermédiaire de T.O.T.P. que vous convaincrez la plus grosse tranche de l'audimat britannique

de courir aller acheter votre disque. Souvenez-vous, Top of the Pops est tout puissant et a survécu à tous les grands (sauf Cliff Richard<sup>2</sup>). La position de l'outsider angoissé « Je suis au-dessus de tout ça » ne vous mènera pas bien loin et sans compter les années perdues à vous mortifier, vous détournera de pans entiers du grand public britannique qui ne veut pas se retrouver le jeudi soir face aux problèmes de peau de Jim Reid<sup>3</sup>. Encore une fois, portez Top of the Pops dans votre cœur et apprenez à aimer LA tribune qui importe le plus.

## VOUS POUVEZ COMMENCER N'IMPORTE QUEL DIMANCHE SOIR

Vous pouvez commencer n'importe quel dimanche soir en écoutant Bruno Brookes présenter le Top 40 sur BBC Radio One entre 16h et 19h. Pas besoin de le disséquer ou de l'étudier comme à l'école, vous n'avez qu'à allumer la radio et vous faire un bon thé. Après ça, faites ce que vous faites habituellement le dimanche soir, mais avant de vous coucher, vous allez devoir penser à trouver un nom pour votre maison de disque. Rien de trop intelligent ou inspiré, ça doit avoir l'air solide, juste un nom qui ne sonne pas comme une insulte et qui donne envie aux gens de faire affaire avec vous.

Lundi matin. Vérifiez que le nom que vous avez choisi pour votre entreprise marche toujours. Debout, on s'habille et dehors à 9h. Il va falloir s'habituer à se lever plus tôt maintenant, fini la grasse mat' jusqu'à midi. A partir de maintenant, chaque fois que vous téléphonez à quelqu'un pour affaires, n'oubliez pas de lui donner votre nom et celui de votre entreprise (même s'il n'y a que vous). Ne vous embêtez pas comme tous ceux qui lancent une entreprise à dépenser de l'argent inutile dans du papier à entête et autre papeterie personnalisée futile, on n'est plus dans les années 70.

---

<sup>2</sup> Cliff Richard est l'artiste qui a fait le plus de fois TOTP, et à toutes les époques.

<sup>3</sup> Chanteur de « The Jesus and Mary Chain ».

Utilisez le reste de la matinée pour rassembler le reste des outils dont vous aurez besoin. C'est à dire :

1. Un tourne-disque (plus il est merdique mieux c'est, tant que ça marche). Un disque destiné à séduire les masses transcendera n'importe quel appareil sur lequel on le joue ; les installations coûteuses c'est juste bon pour les audiophiles.
2. Des copies des dernières compiles de la série "Now That's What I Call Music" et "Hits".
3. Quelques compiles de dance récentes ("The Techno Sounds of Dagenham Volume VI", etc.).
4. Tous les singles que vous avez en 45 tours qui ont atteint le Top 5. (Si vous voulez rajouter d'autres disques à la pile, assurez-vous qu'il y ait une très bonne raison pour qu'ils soient là et assurez-vous qu'ils n'aient jamais été publiés en tant que disques indés ou qu'il n'y ait rien qui les relie à quelque mouvement pouilleux que ce soit).
5. Une copie de la dernière édition du « Guinness Book of British Hit Singles ».
6. Un exemplaire de l'annuaire « Music Week Directory », celui-là tu devras le commander, envoie un chèque ou mandat postal de £15.00 à Sylvia Calver, Morgan Grampian Plc, Royal Sovereign House, 40 Beresford Street, Londres SE18 6BQ (téléphone 01-854-2200), tu l'auras sous quinze jours.
7. Un carnet rigide et un stylo-feutre noir « Ball Pentel » à pointe fine.

Si vous n'avez rien de tout ça ni personne pour vous le prêter on craint que vous ne deviez sortir un peu de cash. Heureusement ce sera la dernière fois de tout le projet où vous aurez à piocher dans vos allocations de chômeur à part les quelques tickets de bus et appels

téléphoniques indispensables.

S'il y a le téléphone là où vous habitez et qu'on ne vous a pas encore coupé la ligne, super ! Sinon achetez une carte téléphonique, la plus chère possible. Le téléphone à pièces c'est la merde : il y a souvent la queue, les cabines sont vandalisées, ça bouffe les pièces et à la fin vous ressemblez plus à une tête de bite inefficace qu'au futur n°1. Autre conseil utile : ne quittez jamais l'appart, la maison ou le bureau des gens chez qui vous êtes sans avoir passé au moins un coup de fil, ainsi vous répartissez vos frais généraux sur ces derniers qui pourront profiter un peu du reflet de votre gloire lorsque vous serez n°1.

Si vous avez tout bien préparé et qu'il n'est pas encore 13h, écoutez vos compiles « Hits » et « Now... » du début à la fin. Évidemment votre cerveau conditionné vous dira que ce n'est qu'un gros tas de merde fade et insignifiant par rapport à l'âge d'or de la Pop que vous avez connu lorsque vous étiez adolescent. Creusez un peu plus dans votre affect et vous réaliserez que vous vous mentez à vous-même. Toutes les périodes de la Pop sont des âges d'or, ou du moins seront considérées comme telles par la seule génération qui importe à ce moment donné. Non seulement toutes les périodes se valent dans les charts Pop, mais les charts ne changent jamais vraiment, seule leur apparence superficielle nous donne l'impression de différer au cours du temps.

Retirez l'emballage de la Pop et il vous restera le même bon vieux plat du jour qui aura su contenter des générations de bouffeurs de Pop. L'appétit émotionnel que doivent satisfaire les charts Pop est constant. Une faim éternelle. La seule chose qui change c'est la technologie qui progresse sans cesse. Un jour ou l'autre, la science mettra au point quelque chose qui satisfera ce besoin émotionnel de façon plus efficace. Il y a eu une période dans notre propre préhistoire sans Top 10 ni n°1, où l'heure du thé le dimanche après-midi n'était pas encore synonyme du compte à rebours des dix plus gros succès musicaux du moment. Pour l'instant nous avons encore notre Top 10 et notre n°1 quotidiens, et alors que la marche de la science et du progrès menacent

de détruire tout ce petit système, surgit notre produit préféré qui contentera aussi un autre appétit insatiable : celui du besoin de changement apparent. Tous les enregistrements du Top 10 (et particulièrement les n°1) ont bien plus à voir entre eux que les genres et styles musicaux dont ils sont issus ou qu'ils ont lancés.

Au début des années 60 les « Hipsters » auraient pu croire que le modern jazz allait enfin percer lorsque Take Five est entré dans le Hit-Parade. La clique des grand-mères conservatrices a craint la fin de la bonne société quand les Pistols ont été n°1 avec “God Save The Queen”, ou encore les zicos ont prédit que la vraie musique allait mourir lors de l'éruption des DJs en 1988. Si vous aviez fait écouter du free jazz à 95% des gens qui ont fait de "Take Five" un succès, ils seraient partis en courant pour se cacher derrière le dernier album de Pat Boone. Les Pistols auraient bien pu pousser une génération de kids à l'insurrection en éructant à la télé « Get pissed ! Destroy ! » mais si « God Save The Queen » n'avait pas été strictement conforme aux Règles d'Or\* (\*CELLES-CI SERONT EXPLIQUÉES PLUS TARD), les Pistols n'aurait jamais connu le Top 10 de l'intérieur.

Dans les clubs à travers notre pays en 1988, les DJs envoyaient les derniers titres acides en maxi 12" dans des salles blindées de drogués et de zouaves en délire. Si certains d'entre eux avaient eu l'ambition de suivre les traces de Tim Simenon et de Mark Moore dans les charts, ils auraient dû reconnaître le fait que ce qu'ils ont appris derrière leur Technics ne peut leur fournir que l'emballage du bonbon quand il s'agit d'ambitionner à atteindre le Top 10 ou de la bataille pour la 1<sup>ère</sup> place. Eux aussi doivent suivre les Règles d'Or.

De notre vivant, la Grande-Bretagne a vraiment été douée pour créer ou réinventer des flux continus de sous-cultures divertissantes pour une jeunesse qui peut s'y perdre ou s'y retrouver à son gré, et il y a presque à chaque fois un genre de musique associé à la sous-culture en question. Nos médias affamés de nouvelles tendances attrapent tout ce qui peut y ressembler et l'éclaboussent à travers le pays. Alors tout ce que les faiseurs de musique produiront dans la traînée de cette comète

constituera des coups à tenter pour les secteurs les plus désespérés de l'industrie musicale. Une fois signé, un processus s'enclenchera pour tenter de transformer tout bruit produit par le projet en question afin d'en faire quelque chose de conforme aux Règles d'Or des Charts Pop. C'est un processus qui implique beaucoup d'essais et d'erreurs et d'énormes sommes d'argent perdues à jamais.

Alors si l'un de ces projets se retrouve dans les hautes sphères des charts et ambitionne le sommet, les autres membres de la sous-culture se disent « Ça y est ! Les murs de Jéricho tombent enfin ! » ou alors « Haha ! Nos camarades infiltrent le système de l'intérieur. » En fait tout ce qui s'est passé c'est que les règles d'or ont été observées (volontairement ou pas) et que par conséquent la sous-culture en question a atteint son pic d'exposition médiatique. Bien que la sous-culture du moment puisse aider un morceau éligible aux charts à avoir le style en vogue, on ne doit pas oublier qu'elle peut aussi repousser beaucoup de gens de ce qui, autrement, aurait pu être un disque de Pop tout à fait honorable. Autre chose quand vous utilisez une sous-culture comme vernis stylistique : ça sera plus facile si vous n'êtes pas un puriste. Diluez le produit, ajoutez une bonne dose de sucre. Tony James a très bien compris certaines de ces choses, mais il en est d'autres qu'il n'a absolument pas intégrées.

Bien sûr, il y a le bon vieil argument : « La demande est créée et les appétits stimulés. La musique pop en est le pire exemple. Les méchants magnats de l'industrie musicale manipulent cyniquement le cœur et l'esprit des adolescents afin de leur soutirer leur argent de poche. » C'est un argument sans valeur maintenu par ces malchanceux qui n'ont jamais été touchés par la magie de la musique pop. C'est gens-là n'ont probablement jamais été adolescents.

## LE STUDIO D'ENREGISTREMENT

NE SOYEZ PAS TENTÉ DE SAUTER CETTE SECTION SUR LES STUDIOS. LISEZ LA PENDANT LE DÉJEUNER - AVANT DE RÉSERVER VOTRE STUDIO.

Le studio d'enregistrement, c'est l'endroit où vous enregistrerez votre tube n°1. Il y en a des centaines disséminés à travers tout le pays, du nord de l'Écosse au fin fond de la Cornouailles.

## LE PROPRIÉTAIRE DU STUDIO

La plupart des studios sont la propriété privée d'une personne activement impliquée à gérer le lieu de manière journalière. Il y'en a un nombre très restreint qui appartiennent à des Majors. Ces propriétaires sont généralement des personnages enthousiastes et motivants ayant un profond et complet amour de la chose musicale. Ce sont souvent eux-mêmes d'anciens musiciens qui ont choisi de mettre fin à leur vie d'errance sur les routes et de monter un studio en se disant que ce serait un business plus stable et plus lucratif. Malheureusement pour eux, ce n'est généralement pas le cas et ils devront passer le reste de leur vie sérieusement endettés.

Le propriétaire du studio a généralement une vision très réaliste et pragmatique de l'industrie musicale. Il a roulé sa bosse, traversé aussi son chemin de croix, puis vu des boutonneux qui n'y connaissent rien qui débarquent et qui deviennent en quelques mois des musiciens internationalement reconnus et respectés dont on demande l'avis sur la destruction de la forêt amazonienne ou sur les subventions accordées aux petites lignes de bus locales, tout en développant un appétit malsain pour la cocaïne.

Une des grandes préoccupations du propriétaire de studio est le fait qu'il y ait beaucoup plus d'autres studios libres que de clients prêts à payer pour en réserver. Cela créé une concurrence acharnée entre les studios pour vous encourager VOUS le client à les utiliser. Une des conséquences de cette concurrence est que les studios seront toujours capables d'aller jusqu'à l'hypothèque, si leurs banques le leur permet,

pour investir dans l'équipement d'enregistrement dernier cri. Ils espèrent que ce matériel servira d'appât pour que VOUS, le client, vouliez réserver le studio. Accessoirement, ça lui permettra aussi de préserver la loyauté de son jeune ingénieur enthousiaste et ambitieux et de l'empêcher de désertir vers un studio rival mieux équipé. Nous reviendrons plus en détails sur l'intrigant sujet qu'est l'ingénieur du son plus tard dans ce livre.

## LE DIRECTEUR DU STUDIO

Le directeur du studio (par opposition à son propriétaire) est la personne qui veille à ce que tout se passe de manière sympa et efficace dans le studio. Dans les plus petits studios c'est souvent le propriétaire ou son assistant personnel (personal assistant : P.A.) qui se chargera de tout ce travail pour lui. Dans les plus gros studios c'est généralement une race de femme sur-efficace qui encensera le lieu à tout moment et dans tous les domaines de sa présence matriarcale.

## LES INGÉNIEURS DU SON

Il y aura aussi une petite équipe d'ingénieurs du son sur place, du garçon qui de thé qui est là depuis lundi dernier et qui ne s'est pas encore fait viré jusqu'à l'ingénieur principal. Tous les ingénieurs commencent comme garçons de thé et sont officiellement appelés « tape ops » (le préposé à allumer et éteindre les magnétophones), ou « assistants ». En termes simples, le travail de l'ingénieur du son consiste à enregistrer sur la bande le bruit que les musiciens créent. Les gros studios ont un ingénieur de maintenance. S'il y a un dysfonctionnement avec un quelconque appareil, son travail est de le faire marcher à nouveau, et vite ! Les plus petits studios devront en faire venir un au besoin.

## LE STUDIO

Les studios sont agencés et situés dans les lieux les plus improbables du monde. Bien que les studios souhaitent faire venir un maximum de clients, ils ne veulent pas être trop voyants non plus pour ne pas attirer les voyous du coin qui pourraient entrer par effraction et mettre la main

sur une bonne somme d'argent en équipement.

La classification la plus simple des studios se fait par le nombre de pistes sur leurs magnétophones. Quatre, huit, seize, trente-deux ou quarante-huit pistes. De nos jours on n'emploie plus les quatre, huit et seize-piste que pour les démos, et les démos appartiennent au monde du passé. Vous trouverez partout des ingénieurs du son qui essaieront de vous impressionner en vous disant que « Sergeant Pepper » a été enregistré sur 4-pistes. Evidemment c'est aussi pertinent que de déclarer que la Grande Pyramide a été bâtie sans pelleteuses ni grues.

Il vous faudra 24 pistes pour votre enregistrement, les 32-pistes sont encore un peu rares. Pour faire 48-pistes on synchronise deux magnétophones 24-pistes ensemble. Vous en aurez peut-être besoin à la fin du processus quand il faudra mixer votre futur n°1.

Un 24-pistes signifie que votre ingénieur du son travaillera sur un magnétophone sur lequel vingt-quatre sons différents peuvent être enregistrés en même temps. Pendant l'étape du mixage, ces vingt-quatre sons distincts traversent simultanément la table de mixage où ils seront manipulés et (on l'espère) améliorés avant d'être envoyés et enregistrés pour la postérité sur un magnéto deux-pistes (stéréo). C'est ce qu'on appelle la BANDE MASTER.

L'autre façon commune de classer les studios est de savoir si la table de mixage est automatisée (par ordinateur) ou pas. Vous n'aurez pas besoin de cela pendant l'enregistrement. C'est pendant le mixage quand l'ingénieur du son devra jongler avec au moins vingt-quatre pistes en même temps qu'une table automatisée pourra être utile. L'ordinateur va aider l'ingénieur en lui rajoutant au moins vingt-deux mains et quatre mémoires parfaites. Un bonus évident par ces temps de technologie.

SSL (Solid State Logic) reste la marque de table de mixage automatisée la plus courante et la seule sur laquelle insister. Mais tout cela pourrait vite changer avec l'évolution technologique rapide du matériel de studio. A partir de maintenant nous appellerons toutes les tables automatisée « SSL » (un peu comme « Scotch » pour « bande adhésive » ou « Frigidaire » pour « réfrigérateur »).

Un studio d'enregistrement classique comprend : LA RÉGIE qui abrite la table de mixage, les magnétophones, les appareils externes, les ingénieurs et les producteurs et LA CABINE DE PRISES qui est pleine de drôles de choses qui servent à assourdir les sons brillants ou à faire briller les sons sourds. C'est là que le musicien joue. Il y a aussi un espace de relaxation avec la télé, un billard et des jeux vidéo pour occuper les musiciens et que le producteur puisse jeter ses sortilèges magiques sans être gêné par leur présence paranoïaque.

Dans votre cas, toute l'action se déroulera dans la régie. Le scénario ci-dessus est déjà assez pittoresque, mais ce n'est rien à côté de ce que vous lirez dans le chapitre "Cinq jours dans un studio 24-pistes".

Beaucoup de gros studios ont étendu leur complexe afin de loger plusieurs studios en un seul lieu. Ils proposent plusieurs types de studio avec différentes options, de quatre à quarante-huit pistes, SSL ou table manuelle, et sans doute de nos jours une station de programmation pour remplacer le vieux studio de démo 4, 8 ou 16 pistes.

Les tarifs peuvent varier d'un studio à l'autre. Le prix de référence d'un studio est son prix par heure. Un studio 24-pistes coûte entre 20 et 150£ de l'heure.

Dans un monde idéal, le directeur du studio aimerait transformer le grand calendrier dans son bureau en un truc blindé de post-its bleus, rouges, jaunes et verts représentant chacun une nouvelle séance réservée (n'importe quel directeur de studio exhiberait partout un tel calendrier comme CV s'il devait chercher un nouveau job). Autant de bonnes nouvelles pour vous. Ce directeur de studio va vouloir vous proposer toutes sortes d'offres avantageuses pour éviter que ne se passe un seul jour sans que l'ensemble des cases du calendrier ne soit complètement rempli de post-its de couleurs.

On peut réserver un studio selon plusieurs modalités de prix :

1. OFFRE DE LANCEMENT. Une évidence dans votre cas.

2. TEMPS CREUX. C'est généralement le temps qui s'écoule entre le moment où le client officiel termine (vers 2h du matin) et celui où il recommence (en général à 10h).

3. RÉSERVATION EN BLOC. Ça n'arriverait que si un client voulait réserver un ou deux mois de studio pour un album.

4. OFFRE DE DERNIÈRE MINUTE. Quand un client a annulé en dernière minute et que le studio veut désespérément refourguer le créneau.

5. TARIF DE CLIENT RÉGULIER. Ne s'applique pas dans votre cas, mais simplement à titre de référence. Essayer de l'obtenir si vous allez dans le même studio pour la troisième fois.

6. LOCK OUT. Si vous travaillez dix heures par jour dans un studio, le studio aura du mal à louer les quatorze heures restantes. La plupart des offres de lock out vous font payer douze heures par jour et vous bloquent toute la journée en échange, alors si vous y travaillez seize heures par jour ça vous fait au final quatre heures gratuites.

Plus le taux horaire d'un studio est élevé, mieux il sera équipé et plus il sera flashant. Vous n'aurez pas besoin d'un studio cher. Les studios chers sont employés par les Majors qui y placent leur artiste majeur (ou en passe de le devenir) où il pourra passer le temps qu'il faudra pour réaliser son chef d'œuvre de classe mondiale, pendant que le décor et les commodités du lieu ne remettent en question ni son ego ni son rang sur le marché. Ces établissements et les ingénieurs qui y travaillent ne s'intéressent qu'au LP qui coûte au moins 150 000 £ à faire, pas à un petit disque insolent comme le vôtre qui va surprendre tout le monde en devenant n°1 aux charts. Ce qu'il vous faut c'est un studio au prix modéré dont le matériel est encore intact et le personnel aussi affamé et enthousiaste que vous pour prouver qu'il peut y arriver.

Bien qu'un single n°1 ne puisse pas sonner comme un disque indé tout pourri, il n'a pas non plus besoin de sonner comme si ça avait coûté un million, contrairement à un LP n°1, qui lui coûtera forcément plus cher.

## LUNDI APRÈS-MIDI (RÉSERVEZ LE STUDIO MAINTENANT)

Vous allez devoir réserver cinq jours à suivre dans un studio 24-pistes avec table de mix manuelle (pas une SSL) dès lundi prochain si tout se passe bien. Vous pourrez trouver les studios de votre secteur dans les pages jaunes à la rubrique « Studio d'enregistrement / Son », le fait qu'ils aient 24 pistes ou pas devrait être mentionné assez clairement sur l'annuaire. S'il n'y en a aucun dans votre coin, allez directement à la bibliothèque de quartier où vous trouverez des pages jaunes qui couvrent tout le pays. Repérez les studios des régions avoisinantes et notez des noms sur votre carnet. Si le studio que vous aurez choisi est trop loin pour que vous puissiez effectuer l'aller-retour tous les jours ce n'est pas un problème, tous les studios ne seront que trop disposés à vous organiser l'hébergement dans le cadre d'un accord global.

Avant de commencer à composer sur votre téléphone, notez ceci :

1. Ne payez pas plus de 40£ par heure (hors TVA) comme tarif de base.
2. Assurez-vous que ces frais incluent le meilleur ingénieur du son disponible.
3. Soyez conscient que vous devrez payer la bande magnétique et tous les équipements qui devront être loués en extra pour vos sessions. Souvenez-vous de vous renseigner sur le prix de tout cela.

Si vous fumez, c'est le moment de vous en allumer une, de décrocher votre téléphone et de commencer à composer. Souvenez-vous, le directeur du studio voudra vous impressionner VOUS le client potentiel. Ils ne se diront pas « Qui est ce trou du cul qui nous appelle et qui ne sait pas de quoi il parle ? ». Ils seront trop inquiets que ce soit vous qui pensiez cela d'eux et que par la même occasion vous alliez réserver un studio concurrent. Donnez-leur votre nom et celui de votre compagnie, et avec les informations que nous vous avons déjà données commencez à négocier votre premier deal.

Vérifier d'abord que le studio possède toute l'infrastructure dont vous avez besoin, ils essaieront de vous faire payer un max les heures creuses ou les jours à cheval entre deux sessions. Soyez ferme. Vous avez besoin de cinq jours à suivre et vous souhaitez commencer lundi prochain avec leur meilleur ingénieur du son. S'ils n'ont pas ça, ou s'ils sont incapables de déplacer d'autres clients pour vous trouver votre créneau, dites-leur que vous devrez aller voir ailleurs. Ils vont commencer à se sentir nerveux s'ils sentent qu'ils peuvent perdre une quelconque somme entre 1000 et 100 000£ ou laisser fuir un client potentiel. Donc lorsqu'ils vous diront qu'ils ont les cinq jours consécutifs mais pas avant dix jours (ou quels que soient le délai qu'il vous annonceront) dites-leur de bloquer la date provisoirement et que vous reviendrez vers eux d'ici quelques jours pour leur faire savoir votre décision finale quoi qu'il en soit. Ça vaut toujours le coup d'avoir une petite discussion avec le directeur du studio pour lui demander quels clients ils ont eu récemment, demandez-lui s'il y a déjà eu des succès enregistrés chez eux, des choses comme ça. Ça vous aidera à sentir l'ambiance dans laquelle le studio se positionne. Appelez ensuite le studio suivant sur la liste en répétant le processus.

Une fois que vous avez fait toute la liste des studios qui sont plus ou moins de votre région, allumez la bouilloire, pissez un coup et faites-vous une tasse de thé (ou de café si nécessaire) car la prochaine étape n'a pas de réponse simple du type 'a' 'b' ou 'c'.

Entre le moment où vous sirotez votre tasse de thé et celui où vous serez n°1 vous allez vous retrouver impliqué dans beaucoup de choses tout du long avec plein de personnes différentes dont vous aurez beaucoup à apprendre. Que ce soit le garçon de thé ou la superstar qu'on croise sur les plateaux télé en train de faire Top of the Pops, toutes ces personnes qui évoluent dans le jeu du business musical ont un avis ou un point de vue particulier sur tout ça qui peut être intéressant. Écoutez tout ce qu'ils ont tous à dire sans rien prendre pour autant pour parole d'évangile ; vous allez devoir vous faire votre propre conception de comment tout cela fonctionne.

Quand vous rencontrerez des gens qui ont eu un certain succès ce sera

normal d'être plus impressionné et d'accorder plus de crédit à ce qu'ils ont à dire qu'au garçon de thé. Souvenez-vous seulement qu'en réalité ils n'ont aucune réelle idée de comment ce succès leur est arrivé ni de ce qu'ils devront faire à la prochaine étape de leur carrière pour éviter que tout n'explose en vol. Derrière ce qui pourrait ressembler à une confiance de façade se cache en fait une grosse paranoïa du fait d'être démasqué pour ce qu'ils sont réellement : des charlatans qui ont eu un enchaînement de coups de chance. Lorsque vous rencontrerez toutes ces personnes, vous devrez les faire se sentir impliquées et leur montrer que vous respectez leur aide et leur opinion. Tout le monde aime se sentir associé à un succès et vous devez leur faire sentir cela. Notre but ici n'est pas de vous encourager à devenir un vil crapaud baveux et obséquieux, mais vous devez prendre conscience que l'enthousiasme et la bonne volonté de tous ces gens est vitale au succès de votre projet. Ils méritent votre respect.

Parfois on vous dira des choses ou donnera des conseils qui iront contre la stratégie à laquelle vous avez déjà pensée. Votre réaction primaire pourrait être « Je t'emmerde ! Je sais ce que je fais ! ». Alors avant d'exprimer votre condamnation de leurs idées, laissez-les filtrer à travers vous ; n'essayez pas d'être trop rationnel avec tout ça ou de chercher des réponses trop mathématiques. Laissez reposer puis allez de l'avant avec une réaction viscérale maintenant plus mesurée.

Ne vous réfugiez pas derrière de naïves attitudes du style « pas de compromis », la seule chose avec laquelle vous ne devez faire aucun compromis c'est votre objectif final : ce passage Olympien sur Top of the Pops.

**VOUS** seulement pourrez prendre chaque décision qui s'imposera. Ne comptez pas sur les autres pour les prendre à votre place. Si quelque chose se passe mal souvenez-vous que vous en êtes le seul responsable.

Après avoir bu votre thé et regardé à travers la fenêtre (juste pour vérifier que le monde est toujours là), vous allez devoir décider quels sont les possibles studios avec lesquels vous allez vous engager. Cette décision ne devra pas être uniquement basée sur l'échéance la plus rapide de disponibilité des cinq jours à suivre ni sur le taux horaire le

plus bas. Tout cela devrait être départagé par une sorte de sentiment que vous aura inspiré le ton de voix du directeur de studio. Celui qui a l'air de vous comprendre dans votre démarche. Celui que vous sentez pouvoir être de VOTRE côté. Alors passez votre coup de fil et confirmez la réservation. S'il est maintenant 15h passées et que vous avez réservé votre studio, allumez BBC Radio One et écoutez « Steve Wright In The Afternoon ». D'un certain point de vue, cet homme est un génie. Repérez et comprenez ce point de vue. Il est l'animateur radio le plus populaire de tout le pays. Il est l'horloger de la psyché britannique depuis 1985. Vous n'avez même pas besoin de l'aimer pour qu'il vous impressionne.

Le paragraphe ci-dessus n'est ni ironique ni sarcastique, c'est vrai de vrai. Si vous n'êtes pas capable de trouver cet angle, j'ai peur que vous ayez dépensé de l'argent pour rien en achetant ce manuel.

Passez le reste de l'après-midi à faire tout ce qui pourra vous changer les idées : un tour en ville en bus, un footing en forêt, rouler à fond sur l'autoroute, deux heures sur la circle line<sup>4</sup> (ou n'importe quoi d'autre dans ce genre-là) et laissez votre esprit travailler sur deux sujets : l'ARGENT et un NOM DE GROUPE.

Il y aura un nom de groupe qui s'imposera comme une évidence pour vous, pas un truc trop long ou qui se veuille trop intelligent, mais en même temps quelque chose qui soit pile comme il faut pour l'époque dans laquelle on vit. N'essayez pas trop fort, laissez-le simplement apparaître par lui-même. Concernant l'autre sujet, l'ARGENT, le prochain chapitre lui est consacré.

## L'ARGENT

L'argent est un drôle de concept. Il y aura des moments dans les prochains mois où vous n'aurez pas assez de monnaie pour vous payer un ticket de bus pour descendre en ville alors que vous parlerez à des gens au téléphone en terme de dizaines de milliers de livres. Certains

---

<sup>4</sup> Une ligne de Metro circulaire à Londres, sur laquelle le train fait le tour indéfiniment.

des points suivants pourront paraître contradictoires mais c'est toujours comme ça quand il s'agit d'argent. Nous parlions toute à l'heure du fait qu'être au chômage vous donne une meilleure vision du fonctionnement de la société. Par contre ça ne vous donnera pas une meilleure idée du fonctionnement de l'argent.

Après avoir passé du temps au chômage, soit vous vous résignez à votre niveau économique et vous vous en sortez, soit vous sombrez. Vous avez des arriérés de loyer. L'électricité n'est pas payée. La compagnie de gaz menace de vous couper les vannes. Quand tout cela commence à se produire vous entrez petit à petit dans un flip paranoïaque qui vous souffle à l'oreille que la société moderne est faite pour entraver l'individu, et VOUS en particulier. La réaction typique de la fin des années 80 est de se dire que la seule façon de s'en sortir est de devenir très riche d'un coup et alors plus rien de tout cela n'aura d'importance. Vous allez alors commencer à fantasmer sur le fait de faire une très grosse fortune qui va arriver très vite. Il n'y a plus qu'à faire le bon choix, trouver la bonne clé, rencontrer les bons contacts, être découvert pour ce que vous êtes vraiment. Tout autour de vous alimentera votre fantasme.

On ne gagne jamais au loto. L'argent rapide n'existe pas. Personne ne devient riche rapidement. On ne découvrira jamais l'Eldorado. La fortune se construit lentement, c'est une philosophie de vie. J'ai bien peur que l'adage qui dit qu'il n'y a pas de petits profits et que les petites pièces attirent les grosses soit toujours de mise. Cela dit vous devez être prêt à tout risquer - tout ce que vous avez et même ce que vous n'avez pas – sinon rien ne se passera.

Nous insistons sur l'inexistence de l'argent rapide car nous sommes constamment bombardés d'informations sur des Pop Stars éternellement adolescentes qui auraient signé des contrats de « tant d'argent » ou qui auraient gagné « telle somme » sur leur dernière tournée américaine. Premièrement les chiffres cités (quand bien même ils seraient vrais) sont toujours les montants bruts, et les dépenses subsidiaires indispensables ne sont jamais prises en compte. Deuxièmement ils seront encouragés - voir poussés à bout - à adopter un mode de vie qui leur bouffera tout l'argent restant des grosses

sommes citées en un rien de temps. A moins qu'ils ne soient capables de répéter à intervalles réguliers ces gros coups de chance financier, ils risquent de se retrouver tôt ou tard à nouveau dans la dèche. Nous avons bien peur que ceux-là mêmes qui lorsqu'ils étaient au chômage ne payaient ni leur loyer ni leur électricité et avaient une vision paranoïaque d'une société malfaisante, s'ils parvenaient à obtenir une fortune soudaine, seraient les mêmes qui se retrouveraient du jour au lendemain accablés d'arriérés fiscaux insurmontables, dont les managers réclameraient leur pourcentage longtemps après que tout ait été dépensé, et qu'ils échangeraient leur paranoïa à l'égard de la société contre une paranoïa teintée d'amertume assumant le fait qu'ils se soient fait « dépouillés » sur tout la ligne. L'argent, comme on le dit souvent, n'est pas la mère de tous les maux. Nous savons CE qui est à l'origine de tous les maux. Cela sera expliqué dans un de nos futurs manuels et si nous vous le disions maintenant vous ne voudriez même plus essayer de devenir n°1.

Le but de ce chapitre sur l'argent n'était bien sûr absolument pas de vous donner quelque recommandation directe ou pratique que ce soit pour devenir n°1, mais on espère qu'il aura pu vous aider à dissiper certaines illusions.

## LES BANQUES, LEURS FONCTIONS DIRECTES ET PRATIQUES

Dans le futur on se souviendra de notre époque comme une période de l'Histoire où les banques se livraient à une concurrence acharnée sans précédent dans le ridicule afin d'obtenir l'allégeance des jeunes en leur faisant ouvrir un compte gratuit. Si les historiens du futur devaient faire des recherches sur les jeunes britanniques de la fin des années 80 en se basant uniquement sur les publicités bancaires vous seriez sans aucun doute considérés comme les plus méprisables spécimens de l'humanité depuis que nous avons été chassés du jardin d'Éden.

Donc s'il vous plaît, si vous prêtez la moindre attention aux publicités bancaires, laissez tomber ça. Par contre nous craignons qu'il va vous falloir un compte bancaire, et plus vous pourrez développer de bonnes

relations avec votre banque, plus les choses seront faciles. Nos relations avec les banques ont toujours été très problématiques.

Le business des banques c'est de se faire de l'argent en le prêtant. Plus elles en prêtent plus elles en gagnent. Elles veulent que nous, le débiteur, devenions accros au faux sentiment de sécurité qu'il nous donne. Les banques seront prêtes à tout et rechercheront sans cesse de nouvelles et ingénieuses façons de nous amener à leur emprunter de l'argent. Avant tout, elles veulent nous intéresser à la propriété : « Achetez une maison », car avec votre propriété comme garantie, elles pourront toujours vous prêter de plus en plus d'argent. Si ça tournait mal pour vous et que vous ne pouvez plus payer vos intérêts, elles pourront toujours vous mettre dehors et récupérer leur argent.

Bien sûr, ce serait mauvais pour les banques d'être trop perçues comme des entités qui jettent les familles à la rue ou qui mettent les entreprises au pied du mur pour rembourser leurs prêts. Elles préféreraient toujours prêter plus d'argent pour aider à rembourser les intérêts sur les prêts antérieurs. Les banques ont dépensé des millions au cours des dernières années pour tenter de détruire l'image poussiéreuse du banquier golfeur du dimanche avec son parapluie et son épingle à cravate, afin d'en faire une sorte de mec accessible et aimable qui tachera à tout moment de vous répondre « Oui ! ». Elles n'ont pas fait tout cela car elles aiment avoir l'air plus sympas, elles l'ont fait pour vous séduire et vous attirer afin que vous empruntiez plus d'argent chez elles. Souvenez-vous, quand vous irez voir un banquier, c'est un dealer que vous irez voir, un dealer qui refourgue la plus pure et la plus addictive des drogues – l'argent.

Si pour quelque raison vous avez déjà des biens (ou une famille assez stupide pour céder à vos caprices et vous fournir une garantie financière), vous serez désavantagé. Lorsque vous serez assis à la place du pigeon dans le bureau de votre banquier, il sentira l'odeur de la sécurité. Il vérifiera l'état des veines de votre poignet pour y enfoncer sa seringue à cash tout en vous parlant du CD de Genesis qu'il vient d'acheter ou en vous disant que vous ne vous en douterez jamais mais qu'il était punk quand il était jeune et qu'il garde toujours jalousement dans sa discothèque sa copie de "Neat Neat Neat" des Damned.

Donc c'est mieux d'aller là-bas fauché et sans garanties. Inutile bien sûr d'aller demander à emprunter de l'argent. Mettez-vous à la place du banquier, un improbable jeune débarqué, il ne ressemble en rien aux acteurs de leurs campagnes publicitaires et fait une scandaleuse demande de prêt non garanti de 20 000 livres sterling pour financer la réalisation de son single à succès n°1 aux charts. Est-ce que vous lui accorderiez l'argent ? Si ce garçon vous brandissait cette publication des *Timelords* vous lui direz qu'il s'est fait rouler et lui conseillerez de se faire rembourser immédiatement avant d'aller vite chercher une place dans un programme de formation à l'emploi pour jeunes.

Comme nous l'avons dit dans le chapitre d'introduction, le fait de ne pas avoir d'argent aiguise l'esprit. Ça vous oblige à ne jamais prendre de mauvaise décision. Il n'y a pas de filet de sécurité pour vous rattraper si vous tombez.

Si vous avez déjà un compte en banque, prenez rendez-vous avec votre directeur de banque ou son assistant. Si ce n'est pas le cas allez dans n'importe quelle agence (tant qu'elle fait partie des cinq plus grandes). Ouvrez un compte courant et prenez ce fameux rendez-vous. Faites ça en profitant d'un lundi après-midi où vous êtes de sortie. Vous devriez avoir le rendez-vous dans la semaine. Dites-lui seulement que vous êtes un petit label indépendant – Pas de grands projets pour le moment, juste l'intention de sortir le single en question et de voir ce qui se passe. Prévenez-le simplement que vous devrez parfois émettre des chèques avant que d'autres n'arrivent. Ça ne sera pas grand-chose. Vous le lui ferez savoir à l'avance. La chose la plus importante est d'établir une relation avec lui ; essayez de le tenir au courant de ce qui se passera au cours des prochaines semaines.

En plus d'avoir l'instinct du dealer, le banquier a celui de la vieille mère poule. Les comptes des petites entreprises sont ses poussins et il adore les voir grandir. Si vous alliez le voir pour tenter de le convaincre d'un plan de domination du monde, il n'en serait que déçu. Il sera nécessaire qu'il se sente faire partie du tout lorsque ça commencera à décoller. C'est là que vous aurez sérieusement besoin de son aide. C'est là que vous aurez besoin de trouver 17 000 £ avant la fin de la semaine

alors que vous n'aurez aucune rentrée d'argent avant le début du mois d'après.

## LUNDI SOIR

Passez le lundi soir chez un pote. Voyez s'il a des disques intéressants à emprunter. Plus important encore, racontez-lui votre projet et voyez s'il a de bonnes idées qui valent le coup. Voici un fait peu connu mais lorsqu'il s'agit de créativité, la majorité des gens sont des génies. Ton pote en est forcément un. C'est juste que tous ces gens n'osent jamais traduire leur génie créatif en réalité. On imagine qu'on pourrait remplir quelques bibliothèques d'ouvrages expliquant pourquoi, ça doit être lié à la mère et à la première fois qu'elle a dit « Non ! ».

Ce soir-là, n'oubliez pas de régler l'alarme à 8 heures pour le lendemain. Avant de faire quoi que ce soit avant de vous coucher, voyez quels noms de groupe commencent à apparaître (les potes sont également une excellente ressource pour trouver des noms de groupe).

## MARDI MATIN

L'histoire de la musique pop a été parsemée de toutes sortes de personnalités improbables arrachées à l'obscurité et balancées tout en haut de la pile. La Pop Music serait rejetée du grand cirque du Showbiz si elle n'était pas capable de fournir son plein quota de succes-stories racontant l'ascension de clodos devenus richards. Nous avons tous entendu cette vieille histoire comme quoi c'était le fait d'appartenir à la classe ouvrière opprimée qui a fourni la détermination et la passion authentique dans l'œuvre de l'artiste qui aura su toucher le cœur et l'esprit des foules. Le revers de la médaille, c'est que c'est grâce à cette origine ouvrière et opprimée que la mécanique maligne de la classe moyenne a su exploiter jusqu'à la moelle, inconsciemment peut-être mais sans pitié, ces talents bruts et crédules. Chaque nouvelle génération de musique Pop naît dans une sorte de révolution où les

jeunes sont censés se dresser et faire les choses par eux-mêmes : groupes de skiffle, chanteurs engagés des années 60 ou groupes de beat, punks, U2 puis la génération Casio. En réalité ces ados font peu de choses pour leur propre bien. Ils pourraient le croire. Leur public est encouragé à le croire. Tout ce qui se passe c'est que de jeunes et ondulants champs de maïs sont autorisés à grandir pleinement avant qu'une moissonneuse-batteuse très bizarre vienne ne récolter qu'une poignée d'épis chanceux alors que le reste du champ applaudit, se fane puis se meurt. Une nouvelle récolte est à chaque fois nécessaire. 1988 a vu se produire la dernière pseudo-révolution en musique Pop.

Le DJ avec sa paire de Technics et une boîte de disques peut se retrouver au sommet à l'aide d'un simple sampler, d'une grosse basse filtrée et d'une boîte à rythmes. Encore une fois cela a été interprété comme une ouverture aux masses enfin libérées des anciens moyens ringards et obsolètes de faire de la musique. On dit que ces succès auraient été réalisés avec très peu d'argent. L'ingrédient commun de ces enregistrements qui est bien plus important que leur glaçage superficiel de « style actuel » est qu'ils respectent les vénérables et anciennes règles d'or de la Pop et qu'ils ont été faits par de complets inconnus. Pas de battage médiatique. Aucune grosse avance de maison de disque. Aucune couverture sur les journaux rock. Pas de public de fans fidèles rassemblé après des mois de tournées intenses. Ils ont tous été sortis par ce qu'on appelle communément des labels indépendants (bien que ce ne soit pas vraiment le lieu pour définir l'indie). Depuis l'apparition des labels indie à l'époque du post-punk ils ont fourni aux sans-espoir, aux marginaux et aux éternels rebelles un moyen sain de se décharger de leur angoisse. Ils se sont aussi révélés être de beaux terrains de chasse pour les majors en quête de viande fraîche.

Les maisons de disques indépendantes étaient de petites industries artisanales motivées par l'enthousiasme, la passion et la foi. Certaines ont grandi, sont devenues fortes et ont tissé des liens internationaux, tandis que d'autres se sont épuisées et sont mortes. Les plus fortes ont été capables de fournir un cadre pour que leurs meilleurs artistes puissent se développer et prospérer en réunissant un public fidèle et nombreux, même avec un succès modéré au Hit-Parade. Les Smiths et New Order respectivement sur Rough Trade et Factory étaient

évidemment les champions en la matière.

Il a toujours été entendu que seules les majors possédaient l'infrastructure, l'argent, l'efficacité, la puissance, le pouvoir et les moyens de persuasion nécessaires pour emmener un single tout à fait AU SOMMÉT. Comme les géants de Fleet Street<sup>5</sup> alourdis par d'anciennes conventions syndicales et attachés à des moyens de production dépassés, les majors commencent à ressembler à de vieux dinosaures au pas lent et lourdaud.

Au cours des dix dernières années, n'importe qui ayant du matériel ouvertement commercial n'aurait jamais envisagé de passer par le réseau indie. Tous ceux qui gardent un œil sur la première place des charts savaient que la scène indé était faite pour les niches et les marginaux ou pour les adorateurs des niches et de la marginalité. En connaissance de cause, les majors pouvaient dormir sur leurs deux oreilles.

Tout au long de ces années, aux côtés des labels indés rugueux et austères s'est développée ce que l'on pourrait appeler l'industrie du service aux labels indépendants, proposant des services qu'auparavant seuls les majors pouvaient se payer : de nombreux attachés de presse, du placement de chansons, des équipes de commerciaux, et surtout... une distribution fiable et étendue sur tout le territoire et à l'étranger. Toute cette industrie de service aux indépendants est maintenant hyper organisée et se concurrence entre elle pour passer des marchés avec VOUS le très recherché client. Chacune de ces entreprises aura une section dédiée à chaque service qu'elle propose.

Aussi efficaces et organisées que furent ces sociétés de service, elles ne pouvaient pas faire grand-chose pour les secteurs de niche et les marginaux. Mais ce n'était qu'une question de temps avant que n'émerge de la scène indépendante quelque chose qui ne soit ni « marginal » ni « de niche » et qui séduise véritablement les masses. Cette chose, ce fut « Pump Up The Volume » de MARRS. Ce fut un tournant. Ce disque n'est pas seulement devenu n°1 au Royaume-Uni, c'est devenu un carton international.

---

<sup>5</sup> Rue qui abritait les plus grands noms de la presse écrite britannique.

La « scène indie » du pays est depuis lors pleine d'une confiance toute nouvelle : tout est possible. C'était comme si être n°1 était le dernier bastion des majors. Certains cyniques pointeront du doigt en geignant le fait que les indés d'aujourd'hui seront les majors de demain. Richard Branson et son Virgin Records n'étaient-ils pas l'idéal hippie ultime du début des années 70 ? Nous ne nierons pas que derrière la majorité des labels indépendants se trouve un Branson en herbe, dont la mégalomanie rabougrie se reflétera sans doute dans la façon dont il élève sa progéniture.

Désormais, que la technologie rende le travail du musicien superflu ou pas, les jeunes créateurs vont devenir plus conscients qu'ils sont capables de contrôler davantage de domaines dans la manière de diffuser leur musique aux masses. La manipulation de ce contrôle va elle-même devenir une forme d'expression créative très importante.

Bien sûr il restera de la place pour les majors dans le futur, comme il restera de la place pour les fanfares, les grands orchestres nationaux et les comédies musicales d'Andrew Lloyd Webber. La fonction que joueront les majors dans l'industrie musicale au tournant du XXIème siècle n'est pas quelque chose que nous allons nous donner la peine de chercher à deviner. Une chose est sûre, c'est que les majors s'amuseront à déplacer les poteaux de but, et elles sont très bonnes à ce jeu, probablement parce que ce sont elles qui les possédaient à l'origine.

De plus en plus de créateurs de musique se rendent compte qu'ils peuvent réaliser des disques eux-mêmes et les orienter dans la direction qu'ils veulent, tout en gardant tout le copyright sur leur produit, soit au final une plus grosse part du gâteau, alors l'idée de signer les droits sur les fruits de leur âme pour l'éternité (ou du moins pour cinquante ans après leur mort) paraîtra plutôt idiote. Rien d'idéologique là-dedans, simple sens des affaires.

Il y a vingt-cinq ans aucun artiste signant sur une major n'aurait osé exiger de n'enregistrer que son propre matériel. Le succès des Beatles a changé la donne. Ces dix dernières années la tendance pour le

compositeur est devenue de conserver ses droits d'auteurs sur son œuvre, et soit simplement demander à l'éditeur de les administrer, soit avoir ses propres comptables pour faire le travail.

Si l'émergence des labels indie britanniques peut être vue comme un bel héritage de la sensibilité punk, on peut à l'opposer déplorer le culte de la grosse avance qui leur est souvent associé. Cela peut être attribué aux manigances soi-disant situationnistes de Malcolm McLaren. L'idée que les majors ont été dépouillées et qu'une escroquerie de génie a été menée est totalement fautive. Il n'y a jamais une de « Grosse Arnaque Rock'n'Roll ». Il ne reste plus rien aux quatre ex-membres survivants du groupe si ce n'est de vagues souvenirs de leurs jours de gloire, à l'instar de vieux soldats désorientés ; un front-man pris au piège de son propre cynisme et d'un corps éternellement jeune. Alors que les maisons de disques et les éditeurs concernés sont toujours de plus en plus gros et forts et que leurs employés négocient leur prochaine augmentation pendant un déjeuner sur note de frais. C'est comme si Malcolm n'avait jamais compris Faust.

Un autre point que nous pouvons signaler à ce stade est qu'à travers l'histoire de la musique Pop le culte de la figure du Svengali<sup>6</sup> a souvent fait surface. Les Svengalis peuvent être d'intéressants personnages mais ne font jamais de bons hommes d'affaires. Ils passent trop de temps à cultiver leur propre image et faire face à leur propre besoin créatif. Nous le répétons, c'est seulement depuis le début de l'année 1988 qu'il est possible de réaliser soi-même ce dont ce livre parle. Le mythe du contrat avec une major est complètement mort. Leur puissance et leur pouvoir mettent trop de temps à faire bouger les choses. Leurs techniques de séduction sont datées, désuètes. Comme une vieille porte de grange grinçante qui ne se referme plus bien. Alors que les nouvelles technologies pourraient être la ruine de toutes les normes dans le monde de la télévision, en ce qui concerne l'impression et la musique le futur nous appartient.

---

<sup>6</sup> Personnage issu du roman *Trilby* de George du Maurier, hypnotiseur manipulateur maléfique qui fait des autres ce qu'il désire.

## MARDI JUSTE APRÈS 13 H

Mardi, juste après 13h, téléphonez au studio que vous avez réservé et dites-leur que vous aurez besoin de quelqu'un qui sache programmer, et idéalement qui sache aussi jouer du clavier. Tous les studios pourront vous trouver ça. Ce programmeur sera la personne qui pourra sampler, générer, calculer voire même jouer toute la musique dont vous aurez besoin sur votre enregistrement. Ils ont en général la mentalité d'un savant fou mêlée au talent d'un sorcier musical. Nous avons bien peur que leurs services ne soient pas inclus dans le prix du studio, mais le directeur du studio devrait pouvoir vous arranger une ristourne et négocier avec le programmeur un arrangement favorable à tout le monde. Réservez ses services pour l'ensemble des cinq jours.

Lisez le chapitre suivant pendant votre déjeuner. Il dissipera tous les doutes que vous pourriez avoir sur vos talents d'auteur de chansons à succès et vous expliquera les règles d'or. Entre aujourd'hui et lundi prochain au matin vous allez devoir trouver de la matière. Cette matière est là dehors à attendre que vous la trouviez avant que quelqu'un d'autre ne tombe dessus.

## LES RÈGLES D'OR

Leiber & Stoller, Goffin & King, Berry Gordy, Chinn & Chapman et Peter Waterman ont tous profondément compris les règles d'or. La raison pour laquelle Waterman ne continuera pas à enchaîner les n°1 et pour laquelle les autres n'ont eu que des règnes limités dans le temps n'est ni le fait que la chance ait tourné ni le fait que les modes aient changé, mais c'est qu'après avoir eu des séries de succès et rempli ses coffres, s'en tenir strictement aux règles d'or est ennuyeux. Tout devient vide et insignifiant. Certains se sont engagés émotionnellement ou professionnellement avec des artistes dont les ambitions sont très éloignées ou différentes de la simple obtention d'un n°1 aux charts. Leiber & Stoller pourraient entrer demain dans un studio et obtenir un n°1 mondial en trois mois s'ils le voulaient vraiment.

Les règles d'or de base, pour l'écriture de votre premier single qui pourrait atteindre la première place des charts britanniques sont les suivantes : ne tentez pas l'impossible en essayant de tout préparer avant d'entrer en studio. Travailler en studio doit être une aventure fluide et créative, mais souvenez-vous à tout moment qu'à la fin vous devez avoir une version sur 45T qui remplisse parfaitement tous les critères. N'essayez pas de vous poser pour écrire une chanson complète. Les chansons écrites de la sorte qui atteignent le sommet des charts ne peuvent être écrites que par d'authentiques auteurs-compositeurs de génie et interprétées par des artistes ayant un feu et une passion si convaincants que le monde DOIT les écouter. Vous voyez le genre, "Sailing" de Rod Stewart, "Without You" de Nilsson. Ce que les règles d'or peuvent vous fournir est un cadre dans lequel vous aurez à insérer les composants.

Premièrement, il doit y avoir un groove dansant qui s'étend tout au long de l'enregistrement et que la génération actuelle d'acheteurs de 45T trouvera irrésistible. Deuxièmement, ça ne doit pas dépasser trois minutes et trente secondes (juste en dessous de 3:20 serait préférable). Si c'est plus long les DJs de jour sur Radio One feront un fade-out ou se mettront à parler avant la fin, au moment où le refrain - passage le plus important de tout enregistrement - sera enfin martelé. Troisièmement, le morceau doit se composer de : intro, couplet, refrain, 2<sup>ème</sup> couplet, 2<sup>ème</sup> refrain, breakdown<sup>7</sup>, double refrain et outro. Quatrièmement les paroles, il va en falloir, mais pas trop.

## CAUSALITÉ PLUS UNE GOUTTE DE MYSTICISME

Il va s'agir d'un travail de construction, consistant à assembler des morceaux ensemble. Vous allez devoir trouver le Frankenstein qui est en vous pour que ça marche. Vous devrez mettre en avant vos instincts de pie voleuse. Si tout cela vous semble être la recette pour fabriquer un horrible monstre, rassurez-vous, toute musique ne peut être que la somme d'un total de choses qui ont déjà existé. Toute chanson n°1

---

<sup>7</sup> Partie ou seule un instrument ou une voix est jouée alors que tous les autres sont coupés.

ayant été écrite n'est jamais constituée que de bouts d'autres chansons. Il n'existe pas d'accord magique. Aucune grille d'accords inédite. Pas de note supplémentaire dans la gamme ni de temps caché sur la mesure. Il n'y a aucun intérêt à chercher l'originalité. Dans le passé, la plupart des compositeurs passaient des mois dans leur chambre à gratter sur leur guitare et les groupes à se frayer un chemin à travers des milliers de riffs avant d'arriver à la chanson qui allait les porter au sommet. Évidemment, la plupart d'entre eux seraient mortellement contrariés d'apprendre que tout ce qu'ils faisaient était de provoquer la chance jusqu'à trébucher sur quelque chose qui avait déjà été découvert et essayé par le passé. Ils aimeraient croire que c'est à travers ce séjour qu'ils ont découvert le Graal, la grande et originale chanson à laquelle le monde ne pourra résister.

Alors pourquoi aucune chanson ne sonne pareil ? Pourquoi certains artistes sont-ils géniaux, écrivent des dizaines de classiques qui vous émeuvent aux larmes, l'expriment comme ça n'a jamais été fait auparavant, vous font rire, danser, vous éblouissent, vous font tomber amoureux, descendre dans la rue et vous révolter ? Et bien c'est parce que, bien que ces accords, notes, harmonies, rythmes et mots aient déjà été utilisés avant que leur âme ne s'y reflète, ils ont une personnalité qui réclame l'attention. Cela ne vient pas simplement d'un grand chanteur ou d'un instrumentiste virtuose. La Techno de Detroit, la musique la plus linéaire jamais programmée, complètement dénuée de musicalité humaine dans son exécution, pue la sueur, le sexe et le désir. Les créateurs de cette musique appuient juste sur quelques boutons pour en faire jaillir – des millions d'années de douleur et de luxure.

On attend avec délectation le jour où quelqu'un osera sortir un titre de dance uniquement constitué d'une piste de grosse caisse qui continue de jouer les quatre temps en boucle de manière monotone pendant huit minutes. Ensuite, lorsque quelqu'un d'autre sortira exactement le même son de grosse caisse au même nombre de battements par minute (B.P.M), nous pourrons dire lequel est le mieux, lequel inspirera le plus rapidement le dancefloor, lequel contient le plus de sexe et de soul. Il n'y a aucun doute, l'un sera meilleur que l'autre. En gros, ce que nous disons, c'est que si vous avez quelque chose en vous, quelque chose d'unique, que d'autres pourront qualifier d'originalité, cela ressortira

quelque que soient les éléments que vous utiliserez dans votre futur n°1.

Les créateurs de musique qui cherchent désespérément l'originalité terminent généralement avec une musique qui n'en a pas car aucune place n'a été laissée pour que leur esprit s'exprime. Toute l'Histoire du blues est basée sur une seule et unique progression d'accord. Des centaines de milliers de chansons utilisant toutes les mêmes trois accords de base dans la même pattern. Cette formule en apparence rigide a donné naissance à certaines des plus grandes musiques du XXème siècle. Dans notre cas, nous avons utilisé des parties de trois chansons très connues, « Rock'n' Roll » de Gary Glitter, « The Doctor Who Theme » et « Blockbuster » de The Sweet pour les coller entre-elles, aucun de nous n'ayant joué une seule note sur l'enregistrement. Nous savons que le morceau fini contient plus de nous-mêmes que si nous avons passé trois mois enfermés quelque part à essayer de créer notre propre chef d'œuvre. Les personnes qui ont acheté le disque et qui n'en ont probablement rien à carrer des âmes intérieures et profondes de Rockman Rock<sup>8</sup> ou de King Boy D<sup>9</sup> savaient qu'ils avaient entre leurs mains un disque d'une suprême originalité.

Ne vous inquiétez pas d'être accusé d'être un voleur. Même si c'était vraiment le cas, ce n'est pas grave, vous n'avez pas le temps de tâtonner.

La chose la plus simple à faire serait de feuilleter votre exemplaire du Guinness Book of Hits, de trouver un gros carton d'une époque précédente et d'en faire une reprise, en l'habillant à la mode d'aujourd'hui. Il y a chaque année au moins un ou deux artistes qui obtiennent leur premier n°1 de la sorte. Depuis les années 80 il y a déjà eu :

Dave Stewart and Barbara Gaskin	“It's My Party”
Roxy Music	“Jealous Guy”
Soft Cell	“Tainted Love”

---

<sup>8</sup> Jimmy Cauty

<sup>9</sup> Bill Drummond

Paul Young	“Wherever I Lay My Hat”
Captain Sensible	“Happy Talk”
Neil	“Hole In My Shoe”
Tiffany	“I Think We’re Alone Now”
Wet Wet Wet	“With A Little Help”
Yazz	“The Only Way Is Up”

Il y a toutefois quelques inconvénients si vous vous lancez dans cette voie. Utiliser une chanson qui a déjà fait ses preuves pourra vous donner un faux sentiment de sécurité lorsque vous serez en studio d’enregistrement. Vous pourriez finir par avoir le sentiment que la chanson est un tel classique que quoi que vous fassiez, elle pourra d’elle-même mener les choses à bien. Vous auriez tendance à perdre votre objectivité dans la production de votre version. Les très importants producteurs de radio détestent par-dessus tout les mauvaises reprises.

Le tube oldy, tout en collant à l’ensemble des règles d’or, pourrait contenir des paroles qui ne se réfèrent qu’à une seule période de la Pop. Il y a de nombreux exemple dans le passé où ce fut le cas :

Scott McKenzie	“San Francisco”
The Beach Boys	“Good Vibrations”
The Beatles	“All You Need Is Love”
Mott The Hoople	“All The Young Dudes”
MARRS	“Pump Up the Volume”

À moins d’un revival qui donnerait à nouveau un sens à ces paroles, ces chansons doivent clairement être évitées.

Parfois, c’est presque le contraire qui peut arriver. En reprenant une vieille chanson intelligemment choisie, on peut la réenregistrer de telle sorte qu’elle soit maintenant encore plus à propos pour le consommateur de disques d’aujourd’hui, à la fois en terme de son et de paroles, que ne l’était l’originale. « I Think We're Alone Now » de

Tiffany et « The Only Way Is Up » de Yazoo en sont deux parfaits exemples pour l'année 1988. La version originale de « I Think We're Alone Now » par Tommy Roe et la reprise par The Rubinoos à la fin des années 70 furent des classiques pour les auditeurs les plus perspicaces, mais ne pouvaient pas sérieusement rivaliser avec la concurrence sur le marché britannique de l'époque.

L'autre inconvénient si vous faites une reprise est que vous perdez tous les crédits d'écriture. Ce qui signifie que vous ne toucherez aucun droit d'auteur ou d'édition sur le titre, quelque soient les ventes. Nous vous expliquerons plus tard les mystères de l'édition, mais pour l'instant dites-vous en nous croyant sur parole qu'être n°1 avec une reprise, comparé avec votre propre titre, équivaut à s'asseoir sur un minimum de 10 000 £.

Il est indéniable qu'en piochant le tube adéquat dans le passé et qu'en faisant un bon enregistrement, vous vous assurez un succès du feu de Dieu. Les producteurs des programmes de jour sur Radio One n'auront qu'à écouter les premières mesures de votre disque pour savoir qu'ils trouveront quelques créneaux dans leur émission pour le diffuser ; « les femmes au foyer et les maris sur le chantier » chanteront dessus immédiatement. Il ne leur faudra pas plus de trois ou quatre écoutes avant de savoir qu'ils aiment la chanson. Cette décision a été préparée bien avant que vous n'envisagiez de devenir n°1. Quant à la génération actuelle d'acheteurs de 45T qui n'a probablement jamais écouté l'originale, la chance leur sera donnée d'entendre votre version au moins trois ou quatre fois à la radio.

S'il n'y a aucune reprise qui vous donne envie, l'idée est de construire votre morceau avec des parties déguisées, modifiées et améliorées de succès précédents de telle sorte que les producteurs de Radio One, les directeurs d'antenne de programmes jeunesse à la télévision et les responsables des stocks des chaînes de disquaire accrochent de façon subliminale à votre titre et se sentent bien avec. Nous avons visiblement pris la voie du milieu en ne faisant pas carrément une reprise mais en faisant ce qui vient d'être décrit ci-dessus de manière si éhontée que nous avons été obligés de céder la majorité de nos droits d'auteur perdant ainsi une grosse part du gâteau.

## LE GROOVE

Le premier composant que vous allez devoir trouver sera ce groove auquel le dancefloor ne saura résister.

Avant d'aller plus loin il vaut mieux définir ce terme « groove ». Ce sont essentiellement les motifs de batterie et de basse et tous les autres sons musicaux sur l'enregistrement que l'on ne peut ni fredonner ni chantonner. Le groove est l'élément sexuel sous-jacent du disque et nous avons bien peur que pour les n°1 britanniques cela ne puisse jamais être gravé de manière trop brute sur le 45T. Cela bouleverse le code moral subliminal de notre nation. On tolère l'obscénité mais pas le grind<sup>10</sup>. Bien sûr, il y a quelques exceptions étranges.

De la même manière que nos fantasmes sexuels changent et se développent, passant de l'un à l'autre parfois plusieurs fois dans l'espace de quelques mois, il en va de même pour nos goûts en matière de groove sur la piste de danse. Nos sens sont toujours en mouvement à la recherche de l'étincelle ultime, puis quand on y est presque ça nous lasse à nouveau et on se met en quête d'un nouveau truc.

Les disques afro-américains ont toujours été la source la plus fiable en terme de groove dance. Au fil des années, ces enregistrements ont mis la barre tellement haut au niveau du groove et si peu au niveau des autres règles d'or qu'ils ne se sont que très rarement hissés au niveau du Top 10 britannique, sans parler de la première place. Un dérivé de cette situation est que les grands génies du groove tels que Bo Diddley et consort pensent qu'ils se sont fait dépouiller, non seulement par l'industrie, mais par tous les artistes qui ont suivi leurs pas. La raison de tout cela est que les lois en matière de droit d'auteur qui ont pris forme depuis un siècle ont été développées par des blancs d'origine européenne et que ces lois stipulent que cinquante pourcents de ces droits reviennent aux paroles et que les autres cinquante pourcents reviennent à la ligne mélodique du haut (celle qui est chantée), le groove n'est même pas pris en compte. Si les lois en terme de droit

---

<sup>10</sup> Danse consistant au fait que la danseuse moule la région du pubis de son partenaire avec son derrière.

d'auteur avaient été entre les mains de noirs d'origine africaine, au moins quatre-vingt pourcents auraient été accordés aux créateurs du groove, le reste étant partagé entre les paroles et la mélodie. Si par hasard vous lisez ceci et que vous êtes à la fois noir et avocat, faites-vous un nom. Corrigez ces torts.

Pour trouver ce groove qui fera que les acheteurs de 45T voudront taper du pied dessus pendant trois mois sans s'arrêter, la meilleure façon est de vous rendre dans le club le plus branché de votre région qui passe des disques de dance noirs américains d'import. Le morceau inconnu joué par le DJ qui provoquera la plus grande réaction chez les danseurs et qui vous aura fait rejoindre la foule sera celui qui contient le groove que vous recherchez. Essayez soit d'obtenir le nom du morceau le soir-même, soit au moins de vous souvenir de ses éléments distinctifs. Si vous avez la chance d'avoir à côté de chez vous un disquaire spécialisé en dance ils devraient avoir ce disque que vous recherchez.

S'il n'y a ni un tel disquaire ni une telle boîte de nuit près de chez vous, ne jetez pas l'éponge car c'est là que les compiles de dance que nous vous avons dit d'acheter lundi matin entrent en jeu. Mettez-les sur le tourne-disque, montez le son bien fort et perdez-vous dans le groove, laissez votre intellect sur la bibliothèque, c'est sa place, soyez vous-même mais continuez jusqu'à ce que vous « sentiez la puissance » et soyez « perdu dans la musique » lorsque la seule réponse possible à la question « Est-ce que tu le sens ? » sera « Oui ! ».

La pure dance, si elle contient des paroles, ne traitera que des émotions ressenties entre les quatre murs d'un club tard dans la nuit : le désir, et plus important encore, ce domaine situé pile au centre de la psyché humaine qui va encore au-delà du désir. Rien d'autre ne compte. Tout créateur de dance music pure qui tente de communiquer sur un autre sujet doit être considéré avec une grande suspicion. Conscients du danger de nous laisser emporter par nos propres prétentions nous affirmons que c'est à travers la dance music et le fait de danser que nous pouvons momentanément retourner au jardin d'Eden. Bien sûr, en pleine lumière du jour, hors de l'obscurité des boîtes de nuit, tout cela paraît complètement idiot.

Au moment où nous écrivons, c'est le « Summer of Love » de 1988 et nous conseillons sérieusement à tous ceux qui cherchent le Groove de passer la nuit dans une des omniprésentes soirées Acid-House, de boire très peu d'alcool, de péter un câble sur le dancefloor et de secouer les mains en l'air jusqu'à ce que vous le sentiez. Bien sûr, nous ne pouvons pas nous permettre d'être perçus comme des défenseurs de la drogue, mais il est sûr qu'un certain narcotique très coûteux rend les choses beaucoup plus claires.

« Est-ce que vous le sentez ? ». Bien sûr que oui.

Au moment où vous nous lirez l'Acid-House sera déjà de l'histoire ancienne mais on peut facilement deviner ce qu'il se passe. Il y a une armée de jeunes journalistes zélés qui font les recherches à votre place et qui écrivent tout ça dans les journaux de la très concurrentielle presse pour la jeunesse.

Bien sûr nous avons utilisé le rythme glam, plus par accident que par concept. Étant le plus blanc des rythmes de pieds cassés, cela va à l'encontre de tous nos conseils ci-dessus. Nous pensons que la relation britannique d'amour-haine avec ce rythme ne peut être titillée qu'une fois tous les dix ans au maximum. Plus que ça, ça ne passera pas.

D'un point de vue beaucoup moins métaphysique, le groove doit être entendu en termes pratiques de temps, mesures et BPM. Excepté quelques très rares exceptions, toute la musique Pop est basée sur un rythme à quatre temps. Vous tapez naturellement du pied sur le temps, et chaque fois que vous tapez quatre fois du pied, c'est une mesure, vous tapez naturellement des mains ou claquez des doigts sur chaque deuxième temps (deux fois par mesure).

La vitesse des disques modernes est mesurée en nombre de battements par minute (BPM) qu'il y a dans un disque donné. L'utilisation des BPM comme unité de mesure n'a vu le jour qu'au début des années 80, date à partir de laquelle presque tous les enregistrements ont été réalisés avec une piste de click (métronome électronique). Cela permet à tous les musiciens qui jouent sur une piste de garder un tempo parfait. Dans les enregistrements de l'ancien temps le tempo pouvait accélérer

ou ralentir au cours de la performance de telle sorte qu'il est impossible de leur attribuer un BPM précis. Connaître le BPM de chaque disque de sa collection est très important pour un DJ de club. Ainsi il est sûr que lorsqu'il programmera chaque section de sa soirée il ne secouera pas trop les danseurs sur la piste en ralentissant soudainement d'un morceau à 124 BPM à un morceau à 87 BPM puis en accélérant à nouveau en passant tout d'un coup à un autre morceau à 114 BPM. Les grosses sessions d'Acid faisant exception à cette règle.

Les différents styles dans la musique de club moderne sont généralement regroupés autour d'un certain nombre de BPM : 120 est le BPM classique pour la House-Music et ses différentes variations, bien que ça commence à grimper. La Hi NRG est toujours au-dessus de 125 mais elle n'a que très rarement atteint la vitesse vertigineuse de 140 BPM. Les disques de rap varient traditionnellement entre 90 et 110, mais dans une volonté de suivre la domination actuelle (été 88) de la House, ils ont tendance à s'accélérer. Ce faisant le rap a perdu un peu de sa dégaine lente, cool et posée. On ne surprendra jamais LL Cool J ou Rakim en train de s'essayer à rapper à 120 BPM, mais ceux dont l'instinct commercial est plus important que leur culture de quartier pourraient s'y essayer afin de tenter de maintenir leur statut de faiseurs de hits.

Les raretés groove que tout le monde s'arrachait au cours de l'année 1987 et au début de 1988 ont toutes été enregistrées au début des années 70 avant qu'on n'utilise de click et que ne pullulent les boîtes à rythme et étaient tous en dessous de 90 BPM, garantissant tout plein de déhanchements et de grognements suintants.

De nos jours, aucune chanson à plus de 135 BPM n'aura de chance d'être n°1. La grande majorité des gens qui fréquentent les clubs ne seront pas capables de danser dessus tout en ayant l'air cool. La plupart des groupes indie, quelle que soit l'ampleur de leur fan-base, qui jouent ce que la presse musicale qualifiera souvent de « pop classique parfaite » ne connaîtra jamais le cercle fermé du Top 5 pour une raison simple : toutes leurs chansons sont au-dessus de la barre des 135 BPM. Tous leurs traumatismes amoureux et leurs amas bilieux de haine et de confusion précipités dans un brouillard incommensurable de BPM.

Comme nous l'avons déjà dit, la règle d'or pour un n°1 classique est : intro, couplet un, refrain un, couplet deux, refrain deux, breakdown, double refrain, outro. Chacune de ces sections sera constituée de mesures groupées en multiples de quatre. Donc vous aurez par exemple une intro de quatre mesures, un couplet de seize et un refrain de huit mesures. Parfois le premier couplet peut être un double couplet, ou le deuxième refrain peut durer deux fois plus. Ce genre de décisions ne devront être tranchées qu'au moment du mixage, lorsque l'ingénieur du son devra éditer le morceau de la manière la plus concise et excitante qui soit dans un cadre de moins de trois minutes et trente secondes.

Durant les derniers jours de la semaine, avec un peu de chance, vous aurez réussi à aller en boîte, à trouver le groove qu'il vous faut, à l'acheter en vinyle et à le ramener chez vous. Ça doit être une version 12" car elle aura des gros sillons de groove brut ou toutes les composantes du groove seront démantelées et exposées au regard de votre ingénieur et de votre programmeur afin de les étudier et de les imiter quand il s'agira d'enregistrer votre disque. Ne faites pas l'erreur de prendre l'habitude d'aller trop régulièrement en boîte ; c'est un mode de vie dans lequel certaines personnes peuvent s'enfermer. Elles commencent à croire que si elles ne vont pas tout le temps en club elles vont rater un truc. La seule chose qu'elles risquent de rater c'est elles-mêmes. Car une fois en club, vous devez laisser votre esprit au vestiaire.

## REFRAIN ET TITRE

La prochaine chose qu'il vous faut, c'est un refrain. Le refrain est le passage de la chanson qu'on ne peut pas s'empêcher de chanter. C'est l'élément le plus important d'un single à succès car c'est la partie que la plupart des gens emporteront avec eux dans leur tête lorsqu'il n'y a pas de radio à écouter, pas de clip à la télé et qu'ils sont loin de la piste de danse. C'est la partie qui vous harcèle pendant que vous rêvassez à l'école ou au travail, ou que vous sortez pointer à l'agence pour l'emploi. C'est la partie qui va finalement convaincre l'indécis d'aller jusque chez le disquaire pour l'acheter. Alors faites tourner votre

compilation de dance et chantez sur les parties de breakdown des morceaux ; n'importe quels bons vieux mots feront l'affaire, simplement ce qui sortira de votre bouche. Si vous avez du mal à composer un air dans votre tête ou si vous vous sentez juste un peu inhibé, feuillotez votre exemplaire du Guinness Book of Hits et choisissez n'importe quel disque du Top 5 qui vous plaît et voyez si vous arrivez à en chanter le refrain sur le morceau.

Prenons par exemple :

«	That's the way	a-ha, a-ha
	I like it	a-ha, a-ha
	That's the way	a-ha, a-ha
	I like it	a-ha, a-ha »

par K.C. and the Sunshine Band. Celui-ci fonctionne en général et devrait vous aiguiller dans la bonne direction, mais il y en a des centaines d'autres.

Les paroles du refrain ne doivent jamais parler d'autre chose que des émotions humaines les plus basiques. Ce n'est absolument pas une sorte de cynisme prétentieux mais voici notre conseil : « tenez-vous en aux clichés ». Les clichés sont des clichés parce qu'ils traitent des sujets émotionnels que nous ressentons tous. Aucun disque ne se vend en grande quantité parce que les paroles sont intellectuellement intelligentes ou parlent de sujets étranges ou nouveaux. En fait, les paroles peuvent n'avoir littéralement aucun sens tout en contenant une grande force émotionnelle. Le refrain de notre propre disque en est un exemple évident :

«	Doctor Who,	hey Doctor Who
	Doctor Who,	in the Tardis
	Doctor Who,	hey Doctor Who
	Doctor Who,	Doc, Doctor Who
	Doctor Who,	Doc, Doctor Who »

Du charabia évidemment, mais tous les mecs du pays en dessous d'un certain âge se sont sentis instinctivement liés à ce dont il s'agissait. Ceux qui étaient un peu plus vieux avaient besoin de quelques pintes pour épousseter les débris d'intellect accumulés en quelques années avant d'y trouver un sens. Quant aux filles, au sujet de notre refrain, elles ont dû penser que c'était vraiment de la merde. Un point qui a dû annihiler nos chances de rester au Top plus d'une semaine.

Stock, Aitken et Waterman, cependant, sont des rois de l'écriture de paroles de refrain qui vont droit au cœur émotionnel des filles qui achètent des single en 45T dans ce pays. Leurs plus gros disques à succès ont des refrains fracassants constitués d'une ligne qui englobent tout le contenu émotionnel de la chanson. Celle-ci sera évidemment utilisée comme titre. Dès que Rick Astley a envoyé la première phrase du refrain sur son premier single, c'était fini - la position n°1 était garantie :

« I'm never going to give you up » (*Je ne t'abandonnerais jamais*)

Ça dit tout. C'est ce que toutes les filles du pays, quel que soit leur âge, veulent entendre dire venant de l'homme de leurs rêves. Puis la ligne suivante ajoute :

« I'm never gonna let you down I'm never going to fool around or upset you »

*(Je ne te laisserai jamais tomber, je ne te tromperai ou ne te contrarierai jamais)*

## LE GENIE

Dès qu'ils ont écrit ces paroles ils ont dû savoir qu'ils pouvaient déjà réserver une place au n°1 des charts. Puis, dans les douze mois, ils ont écrit ce refrain :

« I should be so lucky  
Luck, lucky, lucky  
I should be so lucky in love »

Hors contexte c'est aussi insignifiant pour les mecs que notre Doctor Who l'était pour les filles, mais pour beaucoup de gens ces trois lignes ont beaucoup plus de sens que les œuvres complètes de Morrissey. Stock, Aitken et Waterman sont capables de repérer une phrase, pas vraiment une accroche non plus, mais une ligne que la nation comprendra parfaitement et qu'ils utiliseront ensuite à la perfection :

« Fun Love and Money »  
« Showing Out » (*se montrer, en soirée par exemple*)  
« Got To Be Certain »  
« Respectable »  
« Toy Boy » (*petit ami beaucoup plus jeune que sa partenaire*)  
« Cross My Broken Heart » (*jeu de mot : cross my heart = promis juré*)

Ils sont ridiculisés par la plupart des médias et n'ont que leurs revenus sur droits d'auteur comme seul réconfort. L'Histoire les classera aux côtés de Spector et des autres. Waterman est peut-être un homme bruyant, arrogant, étroit d'esprit, égocentrique, mais le personnage n'a jamais renié son amour profond, pur et véritable de la musique pop « Actuelle ».

L'année que nous avons passée tous les deux à travailler avec Stock Aitken et Waterman a mis en lumière ce que nous avons appris sur la musique pop tout au long de notre vie.

Michael Jackson est peut-être la plus grande star du monde. Il a vendu plus d'albums que n'importe quelle autre star dans toute l'histoire de la Pop, mais il a eu très peu de n°1 au Royaume-Uni. S'il voulait faire amende honorable à ce sujet, il devrait commencer à coécrire avec l'équipe SAW ou bien lire ce manuel. Il a beaucoup à apprendre sur la rédaction d'une première ligne de refrain.

Nous venons de prendre une pause-café après avoir écrit tout ça et c'est à ce moment-là que nous avons trouvé le refrain ultime jamais écrit par Stock Aitken et Waterman. Ça s'appelle "Live In Lover" et c'est interprété soit par Sinitta soit idéalement par une blonde de Dagenham<sup>11</sup> appelée Sharon :

« Live in lover I want you to be  
My live in lover for eternity »

Utilisez-le vous-même, sinon nous allons annihiler le peu de crédibilité qu'il nous reste et le sortir nous-mêmes. On le voit d'ici : ça s'appellerait « Sharon Meets the KLF », et bien sûr la face B serait « Sharon Joins The JAMS ». S'il y a de jolies filles dans le coin qui s'appellent Sharon et qui veulent être des Pop stars, qu'elles n'hésitent pas à nous contacter.

Nous avons bien peur que ça ne soit pas aussi simple que d'aller au supermarché local et d'écouter les discussions des caissières pour leur piquer la bonne ligne avant que Waterman ne tombe dessus. La ligne doit venir à vous et quand c'est le cas, vous devez l'attraper. La meilleure façon de le faire, c'est de chanter sans réfléchir sur le morceau groove dont vous avez acheté le vinyle 12".

Morrisey a sans aucun doute trouvé certains des titres les plus spirituels de la décennie. « Shakespeare's Sister », « Girlfriend In A Coma » ou « William It Was Really Nothing » sont des classiques. Cependant, avec des titres comme ça, il sera toujours assuré de ne jamais être dans le Top 5.

Nous avons fait l'erreur d'appeler notre n°1 « Doctorin' The Tardis ». Nous avons évidemment pensé que c'était un jeu de mot intelligent sur « Doctorin the House » de Coldcut. Nous avions le titre avant de faire

---

<sup>11</sup> Quartier le plus populaire de l'Est de Londres.

le disque. Si nous avions eu l'esprit plus libre, nous aurions dû l'appeler « Doctor Who » ou au moins « Hey! Doctor Who ». En essayant d'être spirituels et intelligents, nous avons dû perdre quelques ventes assez conséquentes.

N'essayez pas d'écrire des paroles de refrain qui parlent de regrets, de jalousie, de haine ou de toute autre émotion négative. Il faut un chanteur ayant une très grande profondeur pour que ça rende bien. Les épiques chanteurs de ballades européens, les rois de la Country, les grands chanteurs de Soul ou le prince impérial de la haine – Johnny Rotten. Vous devriez vous en tenir aux choses légères, au plaisir, aux bons moments, « Je veux danser toute la nuit, je t'aime pour toujours, ou au moins jusqu'au matin », mais rien de trop sensuel ; cela demande trop de talent au niveau de la performance. Souvenez-vous simplement qu'il y a une différence entre cliché fade et cliché tout court et que seul vous pouvez faire la différence dans le contexte de la chanson que vous êtes en train de construire.

Assurez-vous donc de trouver un titre qui puisse être utilisé comme ligne d'ouverture de votre refrain et que ce refrain ne dépasse pas huit mesures.

## LE CHANT ET LES CHANTEURS (CHANTER OU NE PAS CHANTER)

Vous devez maintenant vous demander comment vous, ou si ce n'est pas vous, qui sur cette planète va représenter votre projet sur le devant de la scène ! Si vous pensez déjà que vous êtes un super chanteur et un bon frontman alors nous avons un gros problème. Vous devez avoir le genre d'ego qui va vous rendre totalement impossible d'être objectif sur tout ce qui va suivre. Les chanteurs ont historiquement été les pires producteurs sur leur propre travail. La raison de cela est simplement que les chanteurs doivent tellement s'impliquer émotionnellement dans leur performance que cela annule tout autre

point de vue. Il leur faut, à tout le moins, un partenaire musical qui pourra leur donner une sorte de direction. Si un chanteur était capable d'avoir cette vision calculée sur son propre travail, le produit final serait sans aucun doute froid et creux.

Donc, si vous vous voyez comme un chanteur, trouvez vite un partenaire avant d'aller plus loin.

Si vous n'avez pas l'ambition de chanter, vous avez de la chance. Car nous sommes entrés dans une période de l'histoire de la Pop où le chant n'est plus indispensable pour communiquer le point central du contenu émotionnel d'un single n°1. Le potentiel de cette façon de faire semble avoir été oublié depuis que les Beatles ont pris la position que l'on connaît sur la scène mondiale en 1963 ; encore une fois nous devons saluer les avancées des DJs et de leur style d'enregistrement qui nous ont aidé à redécouvrir ce processus.

le DJ de club (comme son prédécesseur le chef d'orchestre de bal des années 30, 40 et 50) réalise que la chose la plus importante est de garder la piste de danse pleine et la chose qui fait que les danseurs continuent à danser (comme c'était déjà le cas à l'époque) est la musique avec son facteur-groove sous-jacent. Le chant a toujours été une sorte de distraction accessoire par rapport à l'évènement principal – ce qui se passe sur la piste de danse, et non sur scène.

L'équilibre est d'avoir un refrain chanté et des couplets instrumentaux. C'est sous cette forme que se présentera un gros pourcentage de la musique des charts pendant encore un bon moment, longtemps après que l'effet de nouveauté du scratching et du sampling flagrant se sera dissipé.

Quand le premier single d'un artiste devient un gros hit c'est encore plus remarquable. Le fait qu'un premier enregistrement devienne un gros succès repose entièrement sur sa nouveauté. Il n'y a pas de grosse fan-base qui se précipite pour l'acheter. Il n'y a pas de reconnaissance instantanée de la voix de l'artiste. Les gens n'intègrent l'aspect

caractéristique d'un chanteur ou d'une chanteuse qu'après l'avoir entendu(e) dans au moins trois chansons.

Un chanteur de qualité pourrait vendre des disques de platine et avoir une longue carrière incroyablement fructueuse mais ça ne sera jamais uniquement le son de sa voix qui lui aura fait devenir n°1 pour la première fois. Benny Hill avait plus de chances d'atteindre la première place avec « Ernie » qu'Aretha Franklin n'en ait jamais eu.

La seule façon dont la voix d'un chanteur puisse aider à devenir n°1 est qu'elle ait une caractéristique si distinctive que le monde ne peut s'empêcher d'y réagir instantanément, presque au point d'inspirer le ridicule : La performances de Kevin Rowland dans « Geno », « Save Your Love » de René et Renate et « With A Little Help From My Friends » de Joe Cocker sont trois exemples qui viennent à l'esprit. Nous sommes certains que si vous consultez votre Guinness Book of Hits, vous en trouverez des dizaines d'autres.

Donc à moins que connaissiez quelqu'un en bas de chez vous qui a une voix outrageusement ridicule qui va exploser l'audience en un coup et qui veuille travailler sur votre single, oubliez. Le monde est plein de chanteurs compétents qui ne seront jamais n°1.

Le partie de chant de votre refrain sera assez facile a interpréter. Elle ne requerra pas de qualités distinctives individuelles, quelles qu'elles soient. Quand vous irez en studio, ils pourront engager quelques choristes pour vous. Tous les studios sont en contact avec de nombreux chanteurs locaux désespérés de faire autant de sessions qu'ils peuvent ; vous n'aurez qu'à décider si vous voulez une voix d'homme ou de femme, ou les deux. Bien sûr, si vous voulez un refrain de type "tous les potes ensembles" comme nous l'avons fait avec « Doctorin' The Tardis », vous n'avez qu'à vous mettre avec ceux qui traînent dans le studio et l'enregistrer.

Les chanteurs - bons ou mauvais - sont invariablement un problème. Non seulement ils ont des gros problèmes de ponctualité ce qui peut

avoir des conséquences désastreuses lorsque vous faites face à un emploi du temps bien chargé pendant la période où votre morceau est entré dans le Top 30 mais n'a pas encore fait n°1, mais en plus ils ont tendance à confondre leur rôle de chanteur avec celui de grand chef du monde entier.

Pour la plupart des gens le son de la voix et des mots chantés pendant les couplets se mélangent avec la totalité du son du morceau. Ça pourrait être n'importe quel charabia, seuls les mots du refrain comptent vraiment. Bien sûr il y a des exceptions, quand une chanson narrative classique émerge et explose à la première place. Cela est implanifiable et je suis sûr que les interprètes de ces tubes bizarres sont autant surpris que tout le monde quand ça arrive. Donc, à moins que vous ne vouliez tout risquer pour une histoire saugrenue que vous avez à raconter, restez avec nous.

Quand il s'agit d'émission de télévision, les chanteurs sont des points focaux évidents pour le cameraman, donc les téléspectateurs à la maison sont obligés de les regarder. Ce n'est pas parce que ce qui sort de leur bouche est d'une quelconque grande importance, c'est juste l'option facile de la tradition du medium télévisuel. En fait la plupart des chanteurs sur Top of the Pops se caricaturent de manière idiote. Les téléspectateurs à la maison s'amuse à commenter ce phénomène, la taille du nez du chanteur, ses goûts en matière de chemises, la tête de bite que lui fait sa coupe de cheveux ou leurs qualités de déhanché. Ce dernier exemple se fait généralement d'une manière si désobligeante et sexiste qu'il n'inspire guère d'admiration réelle. Ceci dit, il vous faudra faire une prestation télé. Les gens auront besoin d'une sorte de point focal humain auquel s'identifier. Quand vous aurez vos trois minutes d'exposition à heure de grande écoute, vous allez devoir attirer l'attention de la nation par tous les moyens possibles et en même temps garder le directeur des programmes heureux. La première moitié de 1988 a vu de nombreux DJs immobiles derrière leur paire de Technics, se cramponnant désespérément à leur cool-attitude. La valeur de nouveauté de ce style s'est vite estompée.

Nous démêlerons le problème de former un groupe ayant un potentiel de séduction national dans le chapitre suivant.

Le type de dévotion inspirée chez les adolescentes pubères pour un certain type de chanteur ou de groupe prend seulement effet sur le deuxième ou le troisième single. La machine médiatique ne ressent le parfum en général qu'au deuxième single et ne passe la vitesse supérieure qu'au troisième. En résumé de ce chapitre la qualité et l'attractivité de la voix d'un chanteur n'a de réelle importance qu'en terme de carrière à long terme.

## LE COUPLET (LE FACTEUR RIFF DE BASSE)

Vous pouvez donc maintenant vous attaquer à la construction du couplet sans vous soucier des chanteurs.

En utilisant le groove que vous avez choisi vous allez maintenant devoir choisir une ligne de basse qui va servir de base à toute la chanson, ou au moins aux couplets. Nous imaginons bien qu'il soit inutile que nous décrivions en détail ce qu'est une ligne de basse, mais c'est la partie de la musique qui pulse, vibre et maintient le flux. Autrefois, c'était le bassiste qui s'en occupait, de nos jours, tout est joué par des claviers programmés. Même si vous voulez que ça sonne comme une vraie guitare basse, un sample de guitare basse sera utilisé, puis programmé. C'est beaucoup plus simple que d'avoir une de ces têtes de bite qui fait du slap.

Le groove contient peut-être déjà une ligne de basse qui tue, alors vous avez tout, l'enlever et la remplacer par une autre pourrait détruire tout ce que vous avez jusque-là. Il y a plein de lignes de basse géniales à essayer. Vous apprendrez à les connaître, il y a celles que l'on peut presque fredonner. Ce qui est bien avec les lignes de basse, c'est qu'elles sont dans le domaine public. Personne, même s'il la reconnaît,

ne vous accusera sérieusement de lui avoir piqué sa ligne de basse.

Michael Jackson, que nous avons cité tout à l'heure comme n'étant pas très doué pour faire des super refrains de la mort n°1 aux charts britanniques, SAIT faire des lignes de basse. « Billy Jean » a été le tournant de la carrière de Jackson. Cette chanson, de son propre aveu, l'a emmené dans la méga-stratosphères où règne maintenant son mythe. Le fait est que "Billy Jean" ne serait rien sans cette ligne de basse de lynx-à-l'affut ; mais il n'est pas le premier à l'avoir utilisée. Elle a figuré dans de nombreux titres de dance par divers artistes avant lui. Jackson et Quincy devaient traîner autour de la table de billard dans leur studio de L.A. avec air conditionné et lumière tamisée en se demandant : « Qu'est-ce qu'il nous reste à faire ? » quand l'un d'eux a eu l'idée d'utiliser la vieille basse de lynx-à-l'affut qui trainait. Sans cette décision il n'y aurait pas eu de grand rassemblement international des scouts sponsorisé par Pepsi-Cola en 1988.

Nous n'essayons pas de nier le talent très réel de Jackson, nous essayons simplement de souligner l'importance possible de la ligne de basse qui tue. Les puristes du groove détestent quand une chanson a une ligne de basse géniale au couplet et qu'au moment du refrain survienne un changement d'accords obligeant la basse à mettre de l'eau dans son vin car elle est obligée de suivre ces accords boiteux et assassins. Pour eux tout le mouvement de la chanson est détruit au nom d'un bout de comptine de garderie qu'ils auraient préféré voir abandonné.

D'une manière ou d'une autre, il va falloir faire fonctionner ces deux éléments importants ensemble sans que ni la puissance du refrain ni la pulsion du riff de basse du couplet ne soit détruite. Idéalement, quand une chanson arrive au refrain ça devrait paraître logique et naturel, une libération de la tension du couplet. À la fin du refrain vous devez avoir l'impression qu'on ne désire rien de plus que de se glisser à nouveau sous l'emprise indéfectible de la ligne de basse.

Certains puristes du groove ont le talent de se débrouiller avec un

seul riff de basse qui ne variera jamais du début à la fin du morceau. Pour qu'une chanson puisse sonner comme ça et fonctionner loin des limites du dancefloor, il va falloir que ça soit vraiment un putain de riff. Il doit se passer une sacrée action dans les notes du dessus pour garder éveillé l'auditeur de radio occasionnel. Même sur "Billy Jean", ils ont dû enlever le riff de basse pour le refrain.

Pour l'instant, la seule décision que vous aurez à prendre au sujet du couplet sera de décider quel riff de basse sera utilisé avec les autres éléments du disque de groove.

## L'INTRO

C'est très simple. La chose classique à faire est de mettre un instrumental du refrain. Parfois un enregistrement peut avoir un refrain complètement chanté à l'intro, mais en général on considère que c'est tout dévoiler trop tôt. Une autre façon commune de créer l'intro se fait au moment du mixage, on essaye d'y coller différents passages jusqu'à ce qu'il y en ait un qui marche. Vous pouvez laisser faire l'ingénieur du son qui mixe ; ils ont généralement plein d'idées créatives sur la façon de commencer un morceau. Ils aiment en général entendre un peu d'ambiance atmosphérique - ils ont tendance à penser que cela dénote une certaine classe. S'il trouve quoique ce soit de bien, utilisez-le. C'est ce que nous avons fait à l'origine, mais plus tard sur conseil de notre agent de placement en radio nous avons collé en intro une version bidouillée du refrain.

## LE PONT

N'y pensez même pas. C'est pour les plus matures musicalement d'entre vous. S'il y en a un, il sera créé au studio. Votre programmeur pourrait en trouver un qui aide à faire la transition

entre la ligne de basse du couplet et l'explosion du refrain. Comme d'habitude, si c'est bon, utilisez-le.

Rappelez-vous seulement que si quelqu'un d'autre de directement impliqué dans la réalisation de votre disque vous fournit des accords pour un pont, il est tout à fait en droit de s'attendre à avoir une part sur les droits d'auteur. Non pas que le fait de donner une partie des parts devrait vous dissuader d'utiliser tout ce qui pourrait aider à transformer votre enregistrement en n°1.

## LA PARTIE DE BREAKDOWN

Encore une fois vous n'avez pas à vous préoccuper de ça pendant la phase pré-studio. Prenez juste en compte sa longueur en terme de mesures lorsque vous préparez la structure de votre morceau. Utilisez le riff de basse du couplet ou une variante excitante que le programmeur pourrait proposer.

Pendant le mixage, l'ingénieur du son devra rembobiner la bande au début puis encenser le studio de sortilèges, de magie, d'artifices et d'astuce avant que ne se martèle le refrain de fin.

Autrefois, c'était la partie de la chanson qui comportait un solo. De nos jours soit les solos sont gênants, soit ils doivent être fabuleusement époustouflants pour pouvoir s'adapter à l'architecture du morceau qui est en train d'être forgée en studio. Avoir un guitariste pour vous donner son interprétation de ce qu'est vraiment un bon solo de guitare est absolument hors de question. Les solos de guitar dans les disques de pop moderne ne marchent que quand ils sont caricaturaux, débordant d'un affreux manque d'attention et dépourvus de toute profondeur émotionnelle. Ce type de solos de guitare est la seule chose que le heavy metal ait redonné à la musique du Top 10. Encore une fois, le nom de Jackson nous vient ici à l'esprit. Tout a commencé quand il a employé Eddie Van Halen sur l'album « Thriller ». Donc, à moins d'avoir un pote qui soit capable de jouer comme Eddie - oubliez.

La seule autre chose qui pourrait justifier l'emploi d'un solo insignifiant sur votre titre serait de lui pourvoir une sorte de carte de visite instantanée au moment de sa sortie en faisant savoir aux médias qu'y figure un muzicos chiant mais sanctifié, apportant ainsi une fausse crédibilité. Les solistes guest testés et approuvés de la fin des années 80 sont Miles Davis à la trompette, Courtney Pine au saxophone et Stevie Wonder à l'harmonica. Les possibilités inexplorées qui pourraient susciter de l'intérêt sont Jimmy Page ou Junior Walker. Mais en fait, nous vous recommandons de ne pas vous embêter avec ça - à moins que vous puissiez avoir Jimi Hendrix.

La dernière fois qu'un soliste guest a vraiment aidé sur un disque n°1 c'était Stevie Wonder sur « I Feel For You » de Chakka Kahn. En fin de compte cela ne sert qu'au DJ de Radio One de pouvoir placer un mot ou deux ou au mieux à fournir un angle convaincant pour obtenir une interview dans Newsbeat.

Quand les auteurs-compositeurs étaient des artisans assis devant leurs pianos, la tête remplie de mélodies et les mains à la recherche d'accords, et bien avant que les studios d'enregistrement multipistes ne deviennent une aide vitale dans la construction des chansons modernes, ils appelaient cette partie de la chanson le « middle eight » (elle comportait huit mesures). Ils se divertissaient en introduisant une structure d'accords différente à ce moment-là avec une nouvelle mélodie rafraîchissante. Cette technique a encore son charme mais vous pouvez la laisser aux gens qui se font une fierté d'avoir comme métier celui d'auteur de chansons. Même Elton John ne s'en préoccupe plus de nos jours. C'est le genre de chose à laquelle s'essaye Green de Scritti<sup>12</sup>.

## L'OUTRO

---

<sup>12</sup> Green Gartside, frontman de Scritti Politti.

A l'époque où les groupes entraient en studio tous ensemble pour enregistrer leurs chansons, ils étaient fiers de leurs fins précises, bien répétées et percutantes. Soit vous terminez par un fade-out sur des refrains qui se répètent en boucle soit vous mettez quelques refrains et revenez à l'ambiance atmosphérique avec laquelle commençait la chanson. Une fois de plus, l'ingénieur mixeur trouvera la réponse pour vous.

## PASSAGES EN SUSPENSION

Sur certains enregistrements, il y aura une ou deux mesures coincées entre deux parties quand le gros de la musique s'arrête et alors un petit passage du morceau se retrouve suspendu dans les airs avant que la chanson ne reprenne sa course en faisant péter la section suivante. Nous ne savons pas si cela a un nom officiel mais ça a pour but de rajouter un effet dramatique à la chanson. C'est un peu sophistiqué pour nous, mais votre programmeur pourrait vous le recommander - essayez s'il le fait.

Voilà c'est tout. Il n'y a pas d'autre type de partie qui puisse faire partie d'un hit n°1. Réécoutez vos copies de "Now That's That I Call Music" ou "Hits" et entraînez-vous à choisir les différentes sections en comptant les mesures en même temps.

## TONALITÉS, NOTES ET ACCORDS

Il y a douze différentes tonalités majeures et douze différentes tonalités mineures. Dans chaque tonalité il y a une gamme de huit notes, la huitième note étant la même que la première mais une octave plus haut. Un accord c'est quand deux notes ou plus sont jouées en même temps. Il y a trois accords majeurs de base et trois accords

mineurs de base dans chaque tonalité.

Vous n'êtes pas obligé de savoir ce qui précède, mais si vous y tenez, voilà c'est ça... Chaque chanson est enregistrée dans une tonalité particulière. Vous pouvez demander à votre programmeur de choisir la tonalité de votre morceau en fonction du groove de base que vous avez choisi. Dans certains n°1 la tonalité change vers la fin. C'est pour tenter de rajouter un effet dramatique à une chanson qui commence à ramollir vers la fin.

Zager et Evans dans leur ahurissant « In The Year 2525 », n°1 en 1969 ont pris la décision sans précédent de faire monter leur chanson d'une tonalité à chaque nouveau couplet. Ce qui a rajouté à la qualité exceptionnelle de l'enregistrement. Quelque chose que les acheteurs actuels de 45T ne pourraient pas supporter.

## VENDREDI MATIN

Vendredi matin. Appelez le studio. Vérifiez que tout est en ordre pour commencer à 11h le lundi matin et que le programmeur sera bien là à l'heure. D'ici vendredi soir, vous devrez avoir un titre, un groove, une ligne de basse, des paroles et une mélodie pour un refrain que vous pourrez chanter à voix haute dans votre bain le dimanche soir. Notez la structure de base pour la version 45T sur votre carnet.

## LE WEEKEND

Allez-y tranquille pendant le week-end. Commencez à fantasmer sur vos vidéos et vos performances à Top of the Pops, aux choses que vous direz en interview et à ce que vos vieux profs diront quand ils verront que vous êtes devenu n°1.

Ayez des idées de folles de pochettes de disque ou de son stupides et sadiques ou sexy à sampler qui pourront être utilisés dans le mix de la version 12". Regardez quelles idées folles vos amis pourraient avoir. Ne soyez pas fiers, utilisez-les. Ils vont adorer.

En gros relaxez-vous bien le vendredi soir, le samedi et le dimanche car la semaine suivante vous paraîtra comme les jours les plus effroyables de toute votre vie. Vous allez souhaiter de jamais avoir lu ce manuel et regretter le jour où vous avez pensé pouvoir le mettre en pratique. Parfois, le suicide semble être la seule issue. Des années de désastre financier s'étendront devant vous, avec la prison des débiteurs mauvais payeurs comme seule demeure.

Jusque-là, vous avez peut-être eu l'impression que ces chapitres étaient criblés de cynisme. Le cynisme est un trait de caractère terrible et défigurant s'il est utilisé par un individu qui a une vision du monde amère. Il utilisera son cynisme pour faire face au poids de la vie et de ses épreuves. Mais le cynisme utilisé à votre avantage peut aider à démystifier les fourbes énigmes qui nous empêchent de prendre part à ce qui nous revient et à un certain nombre d'autres possibilités dans la vie. A tout moment le cynisme doit être contrebalancé par une foi et une croyance en la bonté intrinsèque de notre prochain. Personne ne veut vraiment être mauvais, même s'il appuie sur la gâchette d'un pistolet ou s'il distribue des serviettes pour un lieu sans douches.

Tu ne pourras pas atteindre le sommet en trichant. C'est seulement en cultivant la bonté que tous les gens veulent exprimer que les portes s'ouvriront pour vous.

Nous avons tous une capacité illimitée d'imagination, c'est ce qui alimente le génie. N'ayez pas peur d'ouvrir le robinet et de laisser couler. Comme nous l'avons vu précédemment, un enregistrement sera automatiquement supérieur à la somme de ses parties. Quelle que soit la froideur avec laquelle nous calculons la réalisation de chaque partie, notre personnalité sera présente sur le disque et le monde entier pourra la ressentir.

L'imagination peut être une zone dangereuse à explorer, un endroit irréel où s'évader. C'est aussi le point de départ de toute chose. L'endroit où une personnalité peut se développer. Où « les plans les mieux conçus des souris et des hommes » ont tous muris avant de grimper sur la planche à dessin et bien avant que la charrue ne réduise tout en miettes<sup>13</sup>. N'ayez pas peur de vos fantasmes, plongez dedans. Nagez bien loin et regardez quels autres drôles de poissons nagent avec vous. Ramenez ce que vous pouvez. Ce sont ces découvertes que vous pourrez canaliser à travers les strictes règles d'or du single 7 pouces 45T.

Sans l'imagination il n'y aurait rien ; l'homme serait resté dans les arbres, ne se serait jamais aventuré dans la grotte, Einstein aurait abandonné sa relativité, le Christ son ascension, Léonard sa Joconde, Hitler son troisième Reich et Betty Ford sa clinique.

## DIMANCHE SOIR

Dimanche soir. N'oubliez pas de réécouter le Top 40 de Bruno Brookes.

Prenez un bain ; c'est votre dernière chance d'en prendre un avant la fin de la semaine. N'oubliez pas de chanter votre refrain pendant que vous vous frottez le dos. Dormez bien.

## CINQ JOURS DANS UN STUDIO 24-PISTES

Lundi matin. Vous ne pouvez maintenant plus revenir en arrière. Si

---

<sup>13</sup> Référence au poème "To a Mouse" écrit par Robert Burns en 1785 après avoir accidentellement détruit un nid de souris avec sa charrue en labourant son champ.

vous vous débiniez vous auriez l'air d'une vraie mauviette aux yeux de vos potes qui même s'ils vous disent que vous êtes complètement taré de tenter ça, vont nourrir une profonde admiration pour votre culot. En plus, vous devrez payer des frais d'annulation au studio, qui s'élèveront au moins à la moitié du coût total de la location de la semaine. En utilisant le mode de transport de votre choix, rendez-vous là-bas vers onze heures moins le quart. N'oubliez pas de prendre vos disques, votre Guinness Book, votre carnet et votre Pentel noir.

Ne prenez pas de serviette porte-documents ou d'agenda à spirales, vous risqueriez dangereusement de ressembler à un manager de club de ligue régionale.

En arrivant au studio, présentez-vous au directeur du studio, trouvez la cuisine et mettez-y une bouilloire. Une journée de travail en studio ne peut pas commencer sans une tasse de thé.

En entrant dans un studio d'enregistrement pour la première fois vous allez tout naturellement être impressionné par l'ampleur de l'équipement. Ne vous laissez pas intimider - tout est là, prêt à travailler pour vous. Il y aura des milliers de cadrans, de boutons et de faders à portée des doigts de l'ingénieur et il saura à quoi sert chacun d'entre eux. Cela pourrait vous impressionner mais souvenez-vous seulement que juste avant que vous n'entriez, il lisait probablement dans « Studio Weekly » un article sur quelque nouvel appareil de studio qui vient de rentrer sur le marché et que chaque studio devrait maintenant avoir s'il veut rester dans la course. Cet ingénieur du son va commencer à s'inquiéter que vous ne remarquiez qu'ils n'aient pas encore cet équipement dans leur marécage de technologie audio.

Le programmeur devrait déjà être arrivé et avoir installé son équipement. Asseyez-vous avec eux deux. Prenez une autre tasse de thé s'il le faut, puis soyez tout à fait franc avec eux. N'essayez pas du tout de bluffer. Dites-leur que le plan d'attaque est de faire un futur single n°1. Jouez-leur le morceau de groove que vous voulez désosser, chantez-leur vos lignes de refrain et montrez-leur votre tableau sur

lequel vous avez noté la structure de la version 7". Demandez à l'ingénieur de vous faire une visite rapide du studio et de vous donner une brève idée du rôle de chaque chose. Demandez au programmeur ce que son ensemble ordinateur/clavier/sampler peut accomplir comme tâches, réjouissez-vous de la révolution de la norme MIDI que prennent en charge tous ses appareils puis demandez ensuite à l'ingénieur soit de monter soit de baisser la clim.

Dites au programmeur qu'il doit étirer le calcul de votre structure du 7" jusqu'à environ six minutes pour prendre en compte le mix 12", puis laissez les tous les deux continuer ; ils sauront ce qu'ils doivent faire et vous leur avez déjà donné assez d'infos pour les garder occupés tout le reste de la journée. Si vous avez l'esprit technique, n'hésitez pas à les observer et à apprendre tout ce que vous pouvez ou sinon asseyez-vous et répondez à leurs questions quand ils vous le demandent. Si quelque chose sonne mal, dites-leur. Si quelque chose sonne bien, dites-leur. Et à tous moments, encouragez-les.

Si l'ingénieur du son a un assistant, il essaiera déjà de vous abreuver en thé. Si ce n'est pas le cas, offrez à l'ingénieur et au programmeur autant de tasses de thé qu'ils pourront en consommer. Au début ils se tourneront vers vous pour avoir une direction et vous pourrez leur dire qu'A, B et C doivent sonner comme sur les disques X, Y et Z. Apprendre le langage de la fabrication des disques modernes c'est apprendre à parler en terme d'atmosphères et de parties constitutives des enregistrements des autres.

À partir de maintenant vous allez commencer à ressentir l'inévitable attraction de la force vitale invisible de l'enregistrement dont vous avez permis la création. Comme si vous étiez sur un voilier et que soudain un coup de vent venu de nulle part emplissait les voiles. Votre travail consiste à tenir le gouvernail et à ne jamais perdre de vue les feux du port à aucun moment. Laissez l'équipage écoper. Laissez l'équipage tirer les voiles. Laissez l'équipage s'occuper de la cuisine. Souvenez-vous, si jamais vous quittez le gouvernail pour aider l'équipage, tout le monde pourrait être perdu – avec toute chance de ne

jamais écouter votre enregistrement diffusé un dimanche soir sur Radio One à cinq minutes de 19h.

À partir de maintenant, avec presque tous ceux à qui vous aurez affaire vous aurez la possibilité de devenir millionnaire par leur action. Le succès de votre disque va les aider à y arriver, même s'ils ne partagent pas directement les profits de votre petite entreprise. C'est pour cette raison que vous ne serez jamais confronté à une notion de « valeur de travail ». Ce sera plutôt l'inverse, rien ne posera trop de problème.

Les ingénieurs du son sont une race rare. Ils pensent tous qu'ils sont les plus grands ingénieurs du son du monde - ou du moins les plus grands ingénieurs du son non-découverts du monde - ou à tout le moins, à condition d'avoir vraiment le bon équipement et un projet comme le prochain album de Sting ou de Peter Gabriel, ils pourront devenir bientôt le plus grand.

Le bon côté de la chose, c'est qu'il va travailler en donnant ses tripes pour prouver que c'est le cas. Le mauvais côté, c'est que depuis que Sting a commencé à faire des disques de la qualité sonore à laquelle l'ingénieur aspire, il n'a plus fait de singles n°1 au Royaume-Uni. Ces disques de Police du début des années 80 avaient beaucoup plus de ce que voulait le public britannique acheteur de singles que tous les trucs matures qu'il a sortis après, quel que soit le calibre des musiciens de jazz invités.

En cinq jours vous n'allez pas pouvoir faire quelque chose qui pourra rivaliser avec le dernier album enregistré par Bob Clearmountain ou produit par Jimmy Jam et Terry Lewis. Une fois que l'ingénieur du son sera sur votre longueur d'onde et qu'il verra que vous êtes dévoué à votre cause, il vous suivra.

Dans leur monde, les ingénieurs du son peuvent devenir des superstars qui réclament des points (un pourcentage sur les recettes brutes) sur les méga-ventes de l'album de platine sur lequel ils

travaillent. Ils peuvent devenir très riches. Ce qui est super avec eux, c'est qu'ils deviennent très rarement ouvertement arrogants ; si ça arrivait à l'un d'eux, il ne s'en sortirait jamais. Les années passées à faire d'innombrables tasses de thé pour le client l'ont dompté. De plus, l'ingénieur du son à succès sait qu'il n'a pas besoin d'être arrogant. Son habileté sur les disques sur lesquels il a travaillé parle pour lui. Alors que l'artiste à succès souffre de la continuelle paranoïa que son bluff le perde et qu'il soit démasqué comme étant un imposteur. Il a besoin de son arrogance pour se cacher derrière. Il se convaincra également que son public s'attend à ce qu'il agisse avec une certaine arrogance. Le problème c'est qu'il le font, les cons.

Votre programmeur peut lui aussi avoir beaucoup de succès ; il pourra exiger un taux considérablement plus élevé une fois qu'il aura été associé à un hit ou deux. Il aura aussi l'opportunité d'obtenir une part des droits d'auteur sur vos chansons lorsque son apport créatif ira au-delà de ce que l'on peut attendre de lui pour les frais d'une simple session. Ils semblent développer l'obscur faculté de proposer des structures d'accords alternatives ou additionnelles qui leur garantissent légalement leur billet sur la part de l'action.

Nous aimerions profiter de cette occasion pour vous parler du studio, de l'ingénieur du son et du programmeur que nous avons employé.

Le studio s'appelle « The Village » et il est paumé dans une zone industrielle à Dagenham, entre une imprimerie et une menuiserie. Quoi que nous disions au sujet de Dagenham, ça ne rendrait pas service aux gens qui y vivent. C'est un endroit où il n'y a pas de distractions divertissantes et qui inspire donc le travail. Dagenham semble élever une variété de Soulboys<sup>14</sup> fumeurs de dope accros à se teindre des mèches dans leurs cheveux mal coupés. Les hommes plus âgés ont un besoin constant d'être drôles et de parler du prix des voitures d'occasion.

---

<sup>14</sup> Sous-culture britannique fin années 70 et début 80 de fans de musique soul et funk américaine.

Notre ingénieur, Ian Richardson, est probablement un génie. Est probablement très drôle. Enlèvera son pantalon à la limite de la provocation. Il a des mèches blondes dans les cheveux et une boucle d'oreille dans la mauvaise oreille. Il n'arrive pas à parler aux filles sans au moins leur proposer le mariage. Il est végétarien et anti-fumeur virulent. Il conduit des Jags d'occasion et relit toujours un livre sur les jumeaux Kray<sup>15</sup>. Il joue de la batterie dans les Rubettes.

Notre programmeur, Nick Coler, est un génie. Il est capable de jouer au piano n'importe quelle partie de musique jamais écrite, sa main gauche envoie un brouillard de notes de basse emmêlées pendant que ses lunettes glissent le long de son nez en sueur. Son sens de l'humour d'enfant de cœur de cathédrale ne lui a jamais fait défaut et il porte une marque de drôles de pull-overs tricotés à la main. Il conduit des Audi d'occasion. Il joue du clavier avec les Rubettes.

Sans eux, ces deux-là aimeraient croire que nous ne serions nulle part. Quant à nous, nous aimons à penser que non seulement nous n'aurions pas eu à subir l'autoroute A13 et les séances de blagues de vingt-quatre heures, mais nous n'aurions pas vu notre carrière prendre un tournant si effroyable.

Tony Atkins, le propriétaire du studio, a de bonnes intentions. Il est perdu quelque part entre quarante et cinquante ans, mais il est plus en forme que nous tous. Il a eu un succès mineur dans les années 60 avec un groupe appelé Spectrum. A gagné sa vie en produisant de l'Euro Disco. Il doit beaucoup parler à son directeur de banque. Il est très compréhensif quand on n'a pas le cash. Il conduit une Jag d'occasion et connaît tous les membres des Rubettes. Les autres clients réguliers du Village sont Chris Barber et Freddie Starr.

Nous souhaitons déclarer publiquement que « si vous habitez l'Est de Londres et que vous voulez faire un carton, descendez à The

---

<sup>15</sup> Gangsters britanniques célèbres.

Village ». Si cela ne nous y donne pas quelques heures gratuites, le reste devra être dit.

Pendant que l'ingénieur et le programmeur travaillent durement (et assurez-vous que c'est constamment le cas), vous devez vous acclimater au fait que vous avez maintenant un bureau pendant une semaine. Il y aura des téléphones que vous pourrez utiliser, éventuellement un fax, un télex, des photocopieuses et, espérons-le, une table de billard pour pratiquer vos coups et soulager la fatigue du studio. Si c'est un studio qui vous fait payer pour chaque partie, n'oubliez pas de boucher les trous avec du papier journal. Si votre annuaire « Music Week Directory » n'est pas encore arrivé, vous pourrez utiliser le leur. En plus de faire enregistrer votre single entre lundi et vendredi, vous devez préparer toute l'organisation et tous vos rendez-vous pour votre visite à Londres la semaine suivante.

Vous allez devoir vous trouver un agent de placement radio, un comptable, un avocat, un presseur et un distributeur pour votre disque. L'avocat passe en premier. Parlez au propriétaire ou au directeur du studio. Parlez-lui de ce que vous préparez et demandez-lui conseil. Ils devraient pouvoir vous recommander un avocat et un comptable. Ils doivent être spécialisés dans l'industrie musicale ; n'employez pas le premier scribouillard venu, même s'il a l'air très confiant. Demandez au propriétaire ou au directeur du studio de vous parler d'agents de placement radio et de promo ; ils peuvent n'avoir aucune idée mais ils peuvent tout aussi bien en connaître plein. Tous les studios du pays se sont essayés à sortir des disques sur leurs propres petits labels. La plupart échouent lamentablement. Un fait étrange que nous ne comprenons pas parfaitement est que, bien que les studios aient la meilleure position pour repérer les jeunes talents bruts locaux et les embourber dans un dédale de contrats contraignants avant qu'ils n'aient enregistré leur première Peel session, pour je-ne-sais quelle raison ils ratent toujours le coche. Nous supposons que ce doit être une bonne chose. Il y a des centaines de directeurs de studio à travers le pays qui se cognent la tête contre le mur au souvenir des méga-stars qui auraient signé n'importe quoi à l'improviste pour croquer un bout

de la pomme. Le propriétaire les laisse d'une façon ou d'une autre passer à travers son filet sur le chemin de la gloire, de la fortune et des arriérés d'impôts. Mais ce n'est pas votre problème.

Votre problème est de trouver un pote ou un parent qui vit maintenant à Londres (si vous ne vivez pas déjà dans le coin) pour vous héberger quelques jours. Téléphonnez à l'avocat et au comptable pour prendre rendez-vous. Dites-leur au téléphone votre situation, que vous avez ce morceau qui est « une bombe » mais que vous n'avez pas d'argent et que vous avez besoin de quelqu'un pour vous représenter.

Les avocats et les comptables de l'industrie musicale sont dans un jeu très compétitif. Ils se feront un plaisir de vous écouter et de vous conseiller. Pas tant gratuitement que ça, mais en partant du principe que si des choses commencent à se produire et que l'argent arrive, ils vont commencer à être payés. Ils ne veulent pas passer à côté de ce qui pourrait devenir un futur méga-compte qui ferait gagner à leur cabinet des centaines de mille chaque année. C'est un fait bien connu que chaque superstar en herbe a besoin d'être représentée par un avocat avant de gagner un haricot.

Le pressage et la distribution. Sans ces deux éléments, vous n'aurez pas de disques (produits finis) ni d'organisation pour les faire parvenir aux différents points de vente à travers le pays. Il existe un certain nombre d'usines de pressage de disques indépendantes dans le sud-est du pays. Si vous vous adressez directement à eux, ils vont vouloir de l'argent que vous n'avez pas encore avant de faire quoi que ce soit. Ils vont vous traiter comme de la merde. Les fabricants de disques traitent avec des labels des centaines de commandes ponctuelles et de petite quantité, avec des groupes locaux qui veulent presser cinq-cents copies de leur disque pour impressionner leurs pas-très-impressionnées copines ou avec des écoles qui pressent l'album de leur chorale ou de leur fanfare en quantité limitée. Ils vous verront comme l'un d'eux. Les seules personnes qui ont de l'influence auprès de ces fabricants sont les majors, qui ont recours à ces usines de pressage indépendantes lorsque leurs propres usines fonctionnent à

pleine capacité et qu'elles doivent sous-traiter le travail. Ou alors les labels indépendants plus gros et plus fiables qui fournissent un flux constant de commandes. Et même dans ce cas les usines de pressage leur mentent, bâclent le travail et rejettent la faute sur eux. La raison de cela n'est pas qu'elles attirent la lie de l'humanité pour y travailler, mais tout simplement parce qu'il n'y a pas assez d'usines de pressage pour répondre à la demande. Une situation absurde, nous sommes étonnés que certains individus entrepreneurs et fortunés ne l'aient pas encore corrigée. Faire une usine de pressage quelque part dans le nord de l'Angleterre pourrait arranger tout ça. On en est arrivé là parce que WEA<sup>16</sup> a centralisé ses opérations européennes au début des années 80, au plus fort de la récession, et a fermé son usine de pressage britannique. Polygram a fait de même l'an dernier. Maintenant ces deux sociétés ont commencé à sous-traiter une grande partie de leur travail aux usines de pressage indépendantes qui restent.

Ce qu'il vous faudra, c'est d'un distributeur qui prendra également en charge la fabrication. Les trois principaux distributeurs indépendants au Royaume-Uni au moment où nous écrivons sont Pinnacle, Spartan et The Cartel. Pinnacle et Spartan sont tous deux basés dans le sud-est et ont tous les deux un CV bien rempli de nombreux succès passés. The Cartel est, comme son nom l'indique, un groupe de distributeurs indépendants à travers le pays qui travaillent en collaboration les uns avec les autres pour fournir un solide réseau de distribution sans se marcher sur les pieds. Nous sommes distribués par The Cartel.

Un des avantages qu'à The Cartel, et qui pourrait vous être favorable, est que chacun des distributeurs distincts qui compose The Cartel peut prendre en charge la fabrication et la distribution d'un seul disque ou du catalogue d'un seul label, et que tous les autres membres de The Cartel sont obligés de le distribuer aussi. S'il y a un des membres de The Cartel près de chez vous, vous devriez prendre rendez-vous pour le voir en premier. S'ils pouvaient prendre en charge votre fabrication et de votre distribution, vous seriez en mesure de suivre de plus près

---

<sup>16</sup> Warner, Elektra & Atlantic.

tout ce qui se passe. Aussi, Rough Trade Distribution, qui est le membre de The Cartel dans le sud-est, est surchargé. Dans les sept premiers mois de 1988, ils ont eu à eux seuls quatre n°1. Tous les autres membres de The Cartel ont faim de prouver qu'ils peuvent tout aussi bien faire. Les compagnies qui composent The Cartel sont :

Fast Forward, Edinburgh

Red Rhino, York

Backs, Norwich

Revolver, Bristol

Nine Mile, Warwick

Rough Trade, London

Comme d'habitude, vous pouvez obtenir leurs numéros de téléphone dans l'annuaire « Music Week ».

Discutez-en avec les gens du studio pour voir s'ils peuvent faire des présentations pour vous. Sortez et mettez la bouilloire en route, faites du thé et allez voir comment ça se passe dans la régie. Essayez de ne pas passer trop de temps dans la régie car vous devez être capable d'écouter avec des oreilles fraîches chaque fois que vous y allez. Si vous êtes trop absorbé par l'élaboration même des sons, vous allez perdre l'objectif vital de contrôle des choses. Ne fumez pas de dope et ne buvez pas plus de deux pintes par jour tout au long de la semaine. Si l'ingénieur du son ou le programmeur commence à fumer de la drogue ou à boire, c'est un gros problème et vous devrez le faire cesser immédiatement. La grosse majorité des ingénieurs du son sont très professionnels et consciencieux à ce sujet et ne se laissent pas aller pendant qu'ils travaillent. Il en va de même pour tout autre narcotique plus fort que le café.

Préparez-vous à une grande dépression le mardi. Le ciel sera noir et vous ne pourrez rien y faire. Après ce qui semblait être un début prometteur le lundi, lorsque vous avez d'abord surmonté vos nerfs et réalisé que les choses seraient possibles, les gens vous ont en fait pris au sérieux et ont suivi vos suggestions. Mardi sera le voyage au cœur

du gros doute et rien ne pourra changer ça. Ce que tu as pour l'instant sonne comme de la grosse merde. Ce n'est pas seulement ta paranoïa qui te dit que c'est de la merde. C'est vraiment de la merde.

Il n'y a pas d'issue et vous devrez continuer à ramer.

Le cynique qui est en vous doit maintenant se dire : « Qui sont ces crétiens de Timelords ? Ils ne nous ont pas conseillé une seule chose concrète à faire en studio à part 'laisse faire l'ingénieur et le programmeur !' Si c'était si facile, tout le monde aurait des foutus n°1. Ce manuel est une arnaque. Comme tous ces livres à la con du genre 'Enrichissez-vous rapidement' ou 'Restez jeune et beau'. Juste un nouveau produit de la chienlit de la fin des années 80. L'ultime résidu merdique du Thatchérisme. Plein de prose condescendante et de métaphores bon marché. Franchement, sans déconner, The Timelords ! Ils n'ont eu qu'un seul hit et c'était du cul total. Un duo d'arnaqueurs vieillissants et maintenant ils essayent de se foutre de ma gueule en écrivant ce tas de conneries. »

Nous ne pensons pas être en mesure de contre-argumenter, si ce n'est en vous disant que qu'à un moment entre le milieu de la soirée de mardi et mercredi en fin d'après-midi quelque chose va se passer et tout reprendra son sens. Le morceau va commencer à s'assembler. D'ici mercredi soir, vous saurez que vous êtes un gagnant en devenir. Il n'y a rien que l'on puisse dire de plus, même si nous étions présents avec vous en studio. Tenez-vous en simplement à votre imagination. Roulez par terre et criez s'il le faut, car il n'y a plus de retour en arrière maintenant. Vous aurez des idées dont vous ne vous seriez jamais cru capable, laissez-les couler. Ne précipitez pas trop le jeu en anticipant par vivacité. Ne vous emportez pas en pensant que votre disque va changer la face de la musique pop.

Regardez le désespoir porter ses fruits et continuez à préparer des tasses de thé pour l'équipe. Chaque seconde du titre doit attirer votre attention et vous ne devez jamais décrocher. Choisissez toujours l'accroche la plus accrocheuse, le plus petit dénominateur commun,

celui que vous n'arrivez pas à croire que vous utilisez. Prenez-le, secouez-le et pleurez quand vous l'entendez.

« Ça va être de la bombe ! » dira quelqu'un. Ça sera peut-être vous, mais peu importe qui l'aura dit, vous savez qu'il a raison. Il y a une semaine, il n'y avait rien : seulement vous, le chômage et les arriérés de loyer - et maintenant voilà.

Ne travaillez pas après minuit, même si ça avance bien. Le cerveau de tout le monde va commencer à travailler à la moitié de sa capacité, même si sur le moment vous avez l'impression du contraire. Vous allez juste payer pour beaucoup de temps de studio qui sera mal utilisé. Évidemment cette tentation n'arrivera pas si vous devez utiliser les transports en commun pour rentrer chez vous.

Jeudi matin. Tout le monde dans le studio prendra conscience des possibilités du titre. Discutez avec eux de la possibilité de mixer sur une SSL. Si le complexe de studio que vous utilisez ne dispose pas de SSL, ils auront tendance à penser que ce n'est pas vraiment utile. Ça l'est. S'ils ont une SSL, très bien, vous pourrez mixer sur place. Si ce n'est pas le cas, suivez leurs conseils sur le choix d'un autre studio qui en a une. Ils devraient pouvoir négocier un meilleur prix que vous. Vous allez devoir réserver deux jours : un pour le 7" et un pour le mix 12". Ça vous paraîtra une somme phénoménale d'argent à déboursier pour quelque chose dont beaucoup de gens vous diront que vous n'avez pas besoin. Assurez-vous de vous accorder au moins une semaine entre la fin de l'enregistrement et le début du mixage. Vous aurez beaucoup à faire pendant ce temps. Votre esprit doit se poser avant d'aller au mix final.

Le sujet épineux de l'argent - et du manque d'argent - devrait être traité dès maintenant. Comme nous l'avons dit plus tôt au sujet de la réservation des studios, ils voudront que vous payiez avant de partir avec les bandes. Voyez si vous pouvez parler directement au propriétaire du studio - de préférence seul à seul. Dites-lui que vous travaillez évidemment avec un budget très limité et que maintenant

que tout le monde est d'accord pour dire qu'on est en train de préparer un carton, il serait totalement stupide de ne pas prendre un chemin logique et de ne pas mixer tout ça correctement. Il sera forcément d'accord. Dites-lui que si vous payez la facture à la fin de la semaine, vous n'aurez pas les moyens de poursuivre le projet et demandez à ce qu'ils vous accordent un délai de vingt-huit jours pour tout régler. S'il n'est pas d'accord, c'est un véritable idiot décérébré. S'il le faut, rappelez-lui comment les majors mettent au moins trois mois à régler leurs comptes, mais comme il voudra maintenant tout autant que vous que votre titre existe, nous sommes convaincus qu'il verra du bon sens à accepter votre demande. Un autre problème pourrait surgir ici où vous allez devoir faire preuve de tout votre tact pour feinter et vous en sortir avec tout le monde encore de votre côté ; le propriétaire du studio pourrait vous proposer quelques idées pour vous aider à sortir le single. Naturellement, en tant qu'homme d'affaires, il voudra voir s'il a un moyen de s'impliquer de manière avantageuse pour lui dans ce que vous faites. Son instinct va déjà lui dire que vous êtes quelqu'un qui grimpe. Il ne saura pas trop comment, mais il va vouloir se retrouver impliquer quand le gâteau sera coupé.

Les trois possibilités qu'il peut vous offrir sont les suivantes : 1) Vous signer en édition. 2) Signer le morceau sur leur label indé. 3) Faire le tour des majors pour vous, il vous dira qu'il connaît quelques directeurs artistiques et vous lâchera quelques noms de personnes avec qui il est en contact dans ces différentes compagnies. Ça pourrait aussi être un mélange des trois options.

En ce qui concerne la première, l'édition, c'est le domaine dans lequel vous pourriez vraiment être en mesure de gagner de l'argent tout au long de l'aventure. Donner cela maintenant pour rien du tout, alors que vous êtes en position de faiblesse serait pour le moins une honte.

Sortir le disque sur le label du studio, c'est s'assigner au terminus de la ringardise. Nous savons maintenant qu'être ringard n'a rien à voir avec le potentiel d'être aux charts ou pas. Mais les graphismes galvaudés et le souvenir des précédentes sorties du label vont compter

lorsque votre disque sera sorti et qu'il aura besoin de tous les points de bonus possibles pour s'en sortir.

La troisième suggestion, qu'il fasse le tour des professionnels pour vous. La raison pour laquelle cette route n'est certainement pas à prendre est que, bien qu'il connaisse sans aucun doute les directeurs artistiques en question, rien ne se produira. Votre morceau terminera dans la pile des milliers de cassettes perdues entre les coups de fil, les déjeuners, les réunions et les concerts de l'univers de notes de frais du directeur artistique à succès. Même s'il parvenait à obtenir un deal pour le titre avec quelques grosses avances, cet argent serait instantanément absorbé par les coûts d'enregistrement. Votre morceau serait également en bas de la liste des priorités de la major, dont la tâche principale est d'ancrer et de soutenir leurs méga-groupes internationaux. Votre disque serait considéré comme une acquisition bon marché ; s'il marche, super et tant mieux pour eux, mais pas de quoi fouetter un chat.

Le problème c'est qu'aucune de ces solutions ne répond vraiment à vos attentes. En échange d'une de ces trois offres, le studio peut accepter de renoncer aux frais de votre session, ou tout du moins accepter de les reporter comme un coût récupérable à une date ultérieure non précisée. Votre ego sera flatté que quelqu'un "du milieu" prenne ce que vous faites comme une offre sérieuse. Mais s'il vous plaît, nous vous supplions de tenir bon et de résister à ces trois propositions. Céder à la deuxième ou à la troisième offre vous condamnera à ne certainement jamais devenir n°1. La première pourrait certainement réduire le risque mais, comme nous l'avons dit plus haut, n'a aucun sens financier. Rappelez-vous toujours que même si le propriétaire du studio n'a aucun enjeu direct lié à votre disque, il voudra le voir bien portant pour le bien de la crédibilité de son studio.

La seule exception de la fin des années 80 à ce qui précède à laquelle nous pouvons penser est le Fon situé à Sheffield. Par ce studio sont sortis deux des plus gros succès des douze mois précédents (à l'écriture de ce livre) : "House Arrest" et "Funky Worm", avec des

graphismes et des sons au top de la tendance du mois même de leur sortie. Deux titres que le patron de Fon Studios a placé en licence chez des majors.

Dites au directeur du studio que vous voulez d'abord terminer le morceau avant de décider et que vous ne ferez rien sans en parler d'abord à votre avocat. Ce n'est peut-être pas ce qu'il aurait aimé entendre, mais il vous respectera d'autant plus. Voilà qui est réglé, retournons au studio. Choristes, samples sauvages et bizarres, évènements imprévus, nouvelles directions, tout ce genre de choses va maintenant se produire.

Vendredi. Milieu de journée. C'est votre dernière chance de prendre les dispositions nécessaires restantes pour votre semaine à Londres. Vendredi soir. Prenez un rough-mix<sup>17</sup> de la version 7". Rentrez chez-vous ce soir-là avec au moins une demi douzaines de cassettes de votre morceau.

Vous vous sentez bien.

A la maison pendant le week-end, vous allez jouer le morceau en boucle. Vous serez complètement excité de confiance.

## LONDRES

Lundi matin. Un contretemps pluvieux, une navette interurbaine, le chaos sur l'autoroute avec en prime des bouchons à contre-sens. Peu importe comment vous y arriver, Londres restera toujours une grande ville. Les trottoirs pavés d'or sont bien cachés et les légions de clochards au nez rouge piquent votre conscience, choquent votre sens de la justice sociale et vous rappellent ce que l'avenir vous réserve. Vous croisez leur chemin de l'autre côté de la rue et entrez dans un

---

<sup>17</sup> Mixe rapide fait sur le pouce afin d'avoir quelque chose à faire écouter.

café italien. Vous achetez un exemplaire de *The Face*<sup>18</sup>, juste au cas où.

Les avocats. Nous en avons parlé un peu tout à l'heure. La maxime « Ne faites rien sans en parler avec votre avocat est le meilleur moyen de faire de lui un homme riche. Mais ne faites quand même pas un pas de plus avant de l'appeler au téléphone. » est vraie.

À partir de maintenant, il vous sera demandé de signer différents agréments, annexes et amendements. N'en signez aucun sans que votre avocat n'en ait pris connaissance au préalable et sans prendre en compte son avis. Le problème, c'est qu'on devient vite dépendants aux avocats. Il sera la seule personne à Londres qui sera toujours à vos côtés et qui comprendra votre point de vue. Lui parler vous donnera un sentiment de chaleur et de réconfort - tout comme l'héroïne. Mais souvenez-vous que ses services vous coûteront au moins 50 £ de l'heure, même si vous avez convenu d'une rémunération ultérieure.

Ce dont il faut se méfier avec les avocats. Quand ils sont jeunes ils sont souvent avides et irritables. C'étaient des mauviettes à l'école et maintenant, avec tout ce qu'ils ont appris, ils sont prêts à montrer au monde ce qu'ils savaient depuis le début. Ils feront allusion à la fortune qui va arriver. Ils lèveront les mains en l'air avec horreur devant les « i » non pointés et les « t » non barrés dans les propositions de contrats. « Celui qui a rédigé ce contrat n'a pas idée ! » sera son expression préférée. Ce jeune type avide et ambitieux pourrait paraître d'une façon ou d'une autre celui à qui vous devez vous référer. Mais faites attention. Il sera capable de vous plonger en eau trouble ou de vous effrayer face à de bonnes offres potentielles. Notre conseil serait d'aller avec un avocat un peu plus mature. Plus sage. Qui sait comment fonctionnent le cœur et l'esprit des gens, et pas seulement les clauses additionnelles et les notes de bas de page. Peu importe s'il ne se soucie même pas d'écouter votre morceau, tant qu'il écoutera la façon dont vous voulez faire les choses.

---

<sup>18</sup> Magazine culturel britannique branché (1980-2004)

Demandez-lui de vous expliquer les choses suivantes : points, pourcentage, droit d'auteur, édition, retenue de 10%<sup>19</sup>, PRS<sup>20</sup>, MCPS<sup>21</sup>, PPL<sup>22</sup>, VPL<sup>23</sup>, BPI<sup>24</sup>, MU<sup>25</sup> et territoires. Demandez-lui de quels organismes vous (ou votre label) devez devenir membres. Dites-lui le nom du comptable que le propriétaire du studio vous a recommandé. Voyez s'il le connaît. Qui recommanderait-il ?

Le comptable sera votre prochain rendez-vous. Une grande partie de ce qui a été dit au sujet des avocats s'applique aussi aux comptables.

Il vous recommandera de vous inscrire à la TVA. Vous dira de conserver vos reçus (même ceux que vous recevez lorsque vous achetez un journal ou une tasse de café). Écoutez et apprenez. Cela paraître n'avoir aucun sens. Il vous montra de jolis livres de comptes avec des colonnes vides attendant vos chiffres. Son monde semblera incroyablement important à ses yeux. Pour vous, cela semblera dénué de sens et assez éloigné de la réalité des gens qui vont dans les magasins par milliers pour acheter votre disque. Si vous n'êtes pas prêt à accepter que son monde EST important, vous allez vous retrouver dans cinq mois, après que toute la gloire d'avoir eu un single n°1 se soit dissipée, dans le caniveau avec les emballages gras de McDo et les canettes écrasées de Coco Light, abandonné avec une dette de centaines de milliers de livres dont vous n'avez même pas vu la couleur depuis le début. Ne jugez ni l'avocat ni le comptable sur la coupe de leurs costumes ou le décor de leurs bureaux et ne soyez pas embarrassés par les photos de leurs familles encadrées sur leur bureau.

---

<sup>19</sup> En anglais « On ninety », le label ne vous paye que sur 90% des ventes, retenant 10% de la somme en réserve, en cas d'invendus par exemple, le temps de vérifier tous les comptes.

<sup>20</sup> Performing Right Society, équivalent de la SACEM au Royaume-Uni.

<sup>21</sup> Mechanical-Copyright Protection Society, équivalent de la SDRM, société de gestion et collecte des droits de reproduction mécaniques.

<sup>22</sup> Phonographic Performance Limited, société de gestion des droits voisins.

<sup>23</sup> Video Performance Limited, société sœur de la précédente.

<sup>24</sup> British Phonographic Industry, association britannique de maisons de disques incluant les majors et des labels indépendant, un peu comme la SIPP en France.

<sup>25</sup> Musicians' Union, association des musician (ADAMI en France).

Il est temps d'avancer.

Vous avez d'autres choses à faire cette semaine. Occupez-vous de régler et de mettre en ordre de marche votre distribution et votre pressage. Vous auriez déjà dû prendre rendez-vous quand vous étiez au studio. Si c'était un distributeur local que vous comptiez essayer (un des membres de The Cartel), vous auriez dû aller le voir avant de vous rendre à Londres.

Les distributeurs, s'ils sont intéressés (après avoir entendu votre rough-mix, ils ne pourront pas se permettre de ne pas l'être), voudront que vous signiez un contrat leur donnant les droits exclusifs de distribuer les produits de votre label pendant une période minimum d'un an. Ils voudront aussi toucher une commission d'environ 30 pourcents sur les bénéfices de leurs ventes auprès aux détaillants. Essayez de ramener ce chiffre à moins de trente pourcents. Ne les laissez pas obtenir plus que ça.

Leur demander de s'occuper aussi du pressage demandera un peu plus de force de persuasion, mais ils comprendront la logique si la chanson a la moindre chance de devenir un hit. Il vous sera impossible d'avoir de l'influence sur les usines de pressage à vous seul et c'est dans l'intérêt des distributeurs que le disque se porte le mieux possible. Ils tiennent des comptes avec les usines et vous n'aurez pas à faire face aux frais de pressage. Ce montant sera déduit de vos royalties, ainsi que leur pourcentage de distributeur et un petit pourcentage supplémentaire pour avoir géré l'organisation du pressage.

Nous avons vécu l'expérience avec Rough Trade, quand nous avons été les voir avec notre premier disque sur KLF ils n'ont rien voulu savoir. Ils y ont vu quelque chose qui pourrait se vendre à 500 exemplaires, avec le gros d'entre eux destiné à l'export pour les boutiques les moins soupçonneuses. Le disque a ensuite reçu de bonnes critiques dans la presse rock et ils ont donc accepté de le distribuer. Ce n'est que lorsque nous allions enregistrer notre

deuxième album qu'ils ont estimé qu'il valait la peine qu'ils s'occupent aussi de sa fabrication. Dans votre situation vous ne pourrez pas vous permettre de perdre autant de temps. Vous devez aller les voir et les faire s'engager dans le projet. Ce que vous avez en votre faveur que nous n'avions pas lorsque nous avons commencé au début de 1987, c'est que personne ne s'attendait à ce que des hits ne sortent de nulle part. Aujourd'hui c'est le cas. Alors tout le monde est sur ses gardes. Demandez-leur d'envoyer leur proposition d'agrément à votre avocat.

Les autres choses dont vous pouvez leur parler sont les agents de placement radio, les calendriers de sortie, les pochettes, les commerciaux et la promo en club.

Bien que vous souhaitiez que votre disque sorte le plus tôt possible, le sortir au mauvais moment de l'année peut totalement détruire son potentiel aux charts. Inutile de le sortir en novembre ou décembre, il serait perdu dans le déluge des poids lourds de l'industrie au moment où il y a le plus de sorties en tous genres. Les distributeurs doivent également tenir compte des autres sorties à venir. Vous devez être sûr que votre disque aura leur soutien et bénéficiera de toute leur force d'action. Ça ne sert à rien de chercher à rivaliser avec leurs autres sorties prioritaires.

Graphisme, pochette et étiquettes. Nous sommes sûrs que vous avez déjà beaucoup d'idées à ce sujet. Ça ne sera pas bien si vous faites faire ça à un pote parce qu'il est bon en dessin. Les graphismes de la pochette et de l'étiquette centrale doivent être réalisés professionnellement de telle sorte que l'imprimeur puisse faire son boulot correctement. Le distributeur devrait vous recommander un graphiste et vous donner ses contacts. Appelez-le et prenez rendez-vous pour le voir dès que possible.

Les agents de placement radio. Ils devraient pouvoir vous en recommander au moins un. Angela, qui est devenue notre directrice artistique chez Rough Trade, nous a recommandé de parler à un drôle d'américain du nom de Scott Piering, qui dirige « Appearing Music &

Media Management ». C'était peut-être une erreur, mais on l'a engagé. Vous devez avoir une réunion avec au moins un agent de placement radio avant la fin de la semaine.

Les commerciaux. Un point délicat et coûteux, mais vous n'aurez pas besoin de leur parler avant d'avoir terminé votre titre. Mais nous vous en dirons plus tout à l'heure.

Il en va de même pour la promo en club. Qui sait quelle influence une pochette de single peut avoir ? Allez chez un disquaire, regardez à quoi ressemblent les pochettes des disques du Top 20 – quand vous regardez les étagères en question c'est un peu le néant. Les gens s'inquiètent trop pour les graphismes. Ils saignent pour eux. Ils y consacrent leur vie. L'identité visuelle d'un groupe contribue grandement à forger « l'attitude » à laquelle leur public cible pourra se référer.

Vous n'avez pas besoin de tout ça. Assurez-vous juste que ça soit vif et coloré et que les noms du groupe et du morceau jaillissent de la pochette. Pas de grands concepts. Juste un bon graphisme propre et clair. Au dos de la pochette, vous pouvez vous limiter à des informations plus détaillées : crédits, tentatives de jeux d'esprit, ce genre de choses. L'étiquette centrale du vinyle doit contenir les trucs techniques qu'on retrouve sur tous les autres disques. Il peut être utile de les vérifier avec votre avocat si vous avez le moindre doute.

Ne vous embêtez pas à prendre un photographe. Ils ne sont qu'une source d'ennuis et de séances photo coûteuses et fastidieuses qui font perdre du temps. Figurez-vous qu'on en a engagé un pour un prétendu résultat grandiose mais ça nous a coûté une fortune pour rien.

Quatre-vingt-dix-neuf pour cent des graphistes sont de bons gars, même si vous n'aimez pas leur façon de s'habiller ou les lunettes qu'ils portent. Ils prendront soin de votre pochette, écouteront ce que vous avez à dire et feront le travail correctement. Demandez-leur d'assurer la liaison avec le responsable de fabrication chez votre distributeur au

sujet des tailles de rabats et de l'envoi des illustrations pour les photographier. Nous avons bien peur que tout ça puisse vous coûter jusqu'à 400£ pour les pochettes 7 et 12". Dites-leur de serrer le budget le plus possible. Sa facture, lorsqu'il aura le temps de vous l'envoyer, vous laissera un délai de vingt-huit jours avant paiement.

Ensuite. Votre agent de placement radio. L'homme chargé de faire en sorte que la nation entende votre disque. À partir de maintenant, cet homme sera sans aucun doute la personne la plus importante du puzzle. Sans sa foi, sa vision et sa compréhension de la voie la plus rapide dans cette course de rats, vous n'irez nulle part.

Il n'y a pas plus d'une demi-douzaine d'agents de placement radio indépendants à Londres qui valent la peine d'être utilisés à tout moment où vous en aurez besoin. Il n'y a pas d'intérêt à ce que nous vous en recommandions un ou plusieurs vu que le classement de leur championnat est en constante évolution.

Nous avons choisi Scott sans parler à personne d'autre. Nous voudrions corriger ce que nous avons dit à son sujet précédemment ; ce n'était pas une erreur. C'est un des grands coups que nous avons joué.

Optez donc pour l'agent de placement radio qui a la foi, la vision et la compréhension - des qualités indéfinissables - mais vous saurez dans les cinq minutes qui suivent sa rencontre s'il les possède ou pas. Il faut aussi qu'il ait une effronterie de première qualité. Il va essayer de vous expliquer ce qu'est son travail. Chacun d'entre eux voit son rôle différemment, mais tous doivent être en mesure de fournir ce qui suit :

1. Des conseils concrets sur ce qui doit ressortir dans votre disque afin qu'il puisse faire son travail.
2. Des rendez-vous avec des producteurs de Radio One auxquels il arrivera à faire écouter votre disque sous le jour le plus favorable.

3. Des conseils pour faire une vidéo que la télé trouvera acceptable pour les enfants et une piste pour trouver un des jeunes vidéastes affamés sur le marché.

4. Être prêt à travailler 24 heures sur 24 et à être joignable à n'importe laquelle de ces heures.

Personne ne peut faire aimer un morceau à quelqu'un qui l'aurait autrement détesté. Mais un agent de placement radio ne doit pas se satisfaire de simplement réussir à ce qu'un producteur de Radio One ait écouté le titre en personne. Comprenez sa pression et sa responsabilité vis-à-vis de la maison de la radio et des auditeurs nationaux. Comprenez pourquoi il abhorre l'ensemble du concept de placement radio, et en même temps il pourra en trouver certains sympathiques, voire adorables. Les grandes maisons de disque sont capables de dépenser des fortunes pour les producteurs de radio en prenant leurs notes de frais au restaurant, en leur faisant faire de l'équitation, de la course de bateau à moteur, de deltaplane, du jetpack et toutes sortes d'autres farces et attrapes. Tous ces privilèges (même s'ils sont conçus très subtilement) génèrent un profond dégoût de soi chez le producteur de radio qui trouvera à son tour son expression en étant redirigé sur l'agent de placement.

La loi de diminuer les frais fait toujours règle.

Être un agent de placement radio ou un producteur sur Radio One est un jeu dangereux à jouer. C'est un des moyens les plus rapides de perdre tout contact avec les qualités les plus raffinées que votre âme pourrait avoir. Le spectacle d'hommes mûrs vêtus de façon embarrassante serrant contre eux des morceaux de plastique de sept pouce en essayant désespérément de se convaincre mutuellement qu'ils contiennent quelque chose d'une importance historique, quelque chose que le public britannique doit absolument entendre, peut être très triste.

S'il vous plaît. Écoutez tout ce que votre agent de placement en radio a à vous dire. Peu importe à quoi il ressemble, il est la seule personne à comprendre ce qui se passe réellement au cœur de la bête. Des années de lecture du NME, de Smash Hits et de Thrasher ne vous donneront jamais un aperçu de la maladie de l'âme humaine et des voies de la pop tel que peut en avoir eu cet homme. S'il n'a pas cette extra-lucidité, jetez-le.

Notre homme, Scott Piering, avait toutes ces qualités et plus encore. Il vit sa vie au bord de la dépression mentale et physique la plus complète. Cela s'exprime d'une façon étrange : c'est en grande partie sa voiture qui se désagrège à sa place, lui permettant donc d'user de violence physique pour tenter de la faire fonctionner à nouveau. Bien sûr ça ne marche pas, mais c'est toujours mieux que s'il s'effondrait lui-même au milieu de la route et se mettait à se pilonner le corps à coups de masse.

Scott a une coupe de cheveux amusante ; une mèche sur le front qui refuse d'être peignée dans une direction raisonnable. Lorsqu'il atteint n'importe quel point d'excitation nerveuse, Scott trouvera nécessaire d'apaiser la touffe rebelle au léchage en la tripotant et en la trifouillant de la manière la plus désespérée qui soit.

Ensuite, il y a son pull violet vif. Son drapeau alternatif à l'insipidité. Ça fait ressembler les chemises de Mark E. Smith à du pur Paul Smith. Mais le plus étrange, c'est sa chaîne. Cette chaîne est portée étroitement autour de son gros cou et une sorte d'instrument y est attaché qui lui creuse constamment la chair. Bien qu'il n'y ait pas de plaie ou de blessure visible, cette complaisance pour un masochisme ouvert et éhonté doit bien servir à quelque chose. Nous n'avons jamais osé demander. Il se complait aussi dans un tempérament qui ferait honte aux plus grandes prima donnas.

Sans lui, ce livre aurait dû être retitré "Comment devenir n°47 - Avec un certain degré de difficulté".

Ce mec est une putain de star.

L'argent et les agents de placement radio. Ils en voudront beaucoup, et quand votre disque commencera à marcher, ils en voudront encore plus. Scott voulait un millier de livres pour commencer à travailler sur le disque, puis toutes sortes de bonus liés au fait qu'il atteigne telle ou telle position dans les charts. On a dû lui payer 5000 balles au total une fois n°1. Il a eu beaucoup de frais et son équipe a travaillé d'arrache-pied, mais nous avons dû lui donner les premiers mille le jour de la sortie. Quelques mois se sont passés avant que nous ne payions les quatre autres. N'importe qui de beaucoup moins cher sera beaucoup moins bon.

Comme les gars qui possèdent les studios, les agents de placement radio ont souvent des billes placées dans d'autres sacs. Ils voudront mettre leurs sales pattes dans le vôtre, alors faites attention.

Sans une sorte de vidéo, un agent de placement sera assez limité dans ce qu'il peut faire pour vous en ce qui concerne la télévision. Même si les vidéos ne sont pas diffusées à l'antenne, elles sont très utiles aux agents de placement pour envoyer à leurs contacts et les intéresser à votre morceau. Mais nous parlerons plus des vidéos lorsque vous aurez le mix final.

Dans leur configuration, les agents de placement ont généralement quelqu'un qui s'occupe de la presse : UN ATTACHÉ DE PRESSE. Le titre haut de gamme de cette personne est PUBLICISTE. Pour parler franchement, leur travail consiste à obtenir autant de superficie dans toutes les formes de médias imprimés que possible. Les attachés de presse doivent comprendre les journalistes et les rédacteurs en chef de la même manière que l'agent de placement comprend les producteurs radio. Le rôle de l'attaché de presse dans le succès de cette opération est secondaire. Faire d'une stratégie bien planifiée une réalité par le biais de la presse peut être la meilleure façon de bâtir une carrière - mais cela se fait sur des mois et des années. Pour le genre de succès fugace que vous recherchez, les critiques dans les journaux

musicaux - bonnes ou mauvaises - n'ont aucun sens ; votre vanité sera la seule chose à être impactée. Ne pas apparaître dans certaines publications est aussi important que de paraître dans d'autres.

Vous aurez besoin d'un attaché de presse pour abreuver les tabloïdes et les magazines ado de photos, de scoops et de citations idiotes et inédites pendant que le morceau commence à attirer l'attention. Il aidera également à organiser des shootings photo et arrangera les deals avec les photographes et les studios photo.

Les agents de placement et les attachés de presse se voient généralement avec un certain mépris. L'attaché de presse peut représenter un groupe qui va régulièrement faire la couverture de la presse rock alors que pour le même groupe, l'agent de placement n'obtiendra rien chez Radio One en dehors des confins des programmes du soir. L'attaché de presse pensera que l'agent de placement radio ne sert à rien.

Ou l'inverse. Lorsqu'un agent de placement radio a un client qui vient d'avoir son deuxième n°1 alors que l'attaché de presse n'arrive pas à obtenir plus qu'une demi-page dans Melody Maker. L'agent de placement pense que l'attaché de presse ne sert à rien.

Il y a d'innombrables exemples évidents : Dinosaur Junior ne fera jamais le Breakfast Show et Rick Astley ne fera jamais la couverture de Sounds.

Un de nous a été impliqué avec un attaché de presse pendant neuf ans. C'est cet attaché de presse qui s'occupe de nos trucs. Son nom est Mick Houghton (prononcé Haw-tone). C'est un ancien drogué pur et dur, un auteur de polar en puissance, un fan de cricket et il attend aussi le jour où les Grateful Dead sortiront un album à moitié potable. C'est un réaliste. Pas de bla-bla et de conneries en l'air. Il représente beaucoup de groupes qui obtiennent un max de couvertures dans la presse mais qui ne figurent jamais sur la playlist A de Radio One.

On connaît que dalle sur les autres attachés de presse ou sur comment les juger à la première rencontre. Alors demandez à votre agent de placement radio de vous en recommander un s'il n'en n'a pas déjà un chez lui.

Les attachés de presse veulent eux aussi de l'argent. Nous avons payé Mick Houghton 1000 £ pour faire notre single. Il détestera que nous disions cela, mais il touche beaucoup moins que l'agent de placement car il a beaucoup moins de frais généraux et qu'il y a beaucoup moins d'heures de travail en jeu.

Les outils du métier d'attaché de presse sont le téléphone, le photocopieur et une bonne capacité à mentir.

Vendredi. Prenez votre week-end et ne vous souciez pas de tous les engrenages que vous avez mis en route et de toutes les factures qui vont fleurir pour vous au cours des prochaines semaines.

Ensuite, à la troisième semaine, vous avez dû avoir des rendez-vous avec des avocats, des comptables, des distributeurs, des graphistes, des agents de placement radio et des attachés de presse. Vous avez dû confirmer et mettre en route votre relation de travail avec chacun d'eux. Votre avocat devrait déjà être en train d'examiner l'accord proposé par votre distributeur, d'organiser votre adhésion à diverses organisations et d'obtenir les autorisations pour les samples que vous avez pu utiliser dans votre titre. Le comptable doit faire l'enregistrement à la TVA et contacter le directeur de votre banque. Vous allez être complètement rincé après tout ça.

Vendredi après-midi. Contactez le studio que vous avez réservé pour mixer votre morceau et confirmez que tout est O.K. pour le lundi et le mardi de la semaine suivante. Assurez-vous que le multipiste sera bien là à l'heure voulue. Discutez un peu avec l'ingénieur du son et assurez-vous qu'il a commandé tous les équipements externes avec lesquels il aura envie de jouer.

## QUATRIÈME SEMAINE

Lundi matin. Mixage. C'est un de ces mots qu'on entend partout prononcer par des gens qui ne savent pas ce que ça veut dire. Si nous ne vous l'avons pas dit avant, le mixage est le fait de prendre tout ce qu'il y a sur le magnéto multipiste, de choisir les passages et de décider de l'ordre dans lequel vous allez les employer tout en améliorant tous les sons et en prenant tout un tas de décisions importantes, puis d'enregistrer ce qui en reste sur une bande master stéréo deux-pistes. C'est à partir de cette bande que le disque est pressé. C'est pratiquement le son que le monde entendra.

« On verra au mix... »

« Tout se passe au mix ! »

« ça ira au moment du mix ! »

c'est le genre de conneries que vous entendrez dire. La Peur du Mix est un gros truc chez beaucoup de gens ; le moment final de vérité. C'est là que, si vous n'y arrivez pas du premier coup, vous avez perdu deux mille livres. C'est là que, si vous ne faites pas bien les choses, vous avez perdu deux mille livres.

Passez la première journée à faire la version douze pouces. Laissez la plus grande responsabilité à l'ingénieur du son, donnez quelques idées, faites-lui écouter des disques qui lui donneront une idée de l'orientation que vous pensez qu'il devrait prendre. Retournez faire bouillir la bouilloire et faites infuser du thé.

Lorsqu'il commence à monter la piste de batterie et en aura un peu travaillé le son, ça doit être la chose la plus décérébrante et dansante que vous n'avez jamais entendu. Ce rythme devrait sonner à lui tout seul comme s'il pouvait être joué toute la nuit dans un club et que la piste serait un continuel amas de chair contorsionnée.

Prenez des risques. Qu'il coupe toutes sortes de choses et qu'il mette des échos répétitifs partout. Ne stoppez pas le rythme. Ne perdez pas le rythme. Ne maltraitez pas le rythme. Si vous avez le temps de faire un autre mix radicalement différent, faites-le. N'ayez pas peur que votre mix contienne à la fin un nombre d'éléments proche du néant. Prosternez-vous devant la déesse primitive de Groove.

Edits. Demandez à l'ingénieur d'essayer de faire des edits étranges et merveilleux avec ses ciseaux. Un bon ingénieur de mixage n'aime rien de plus que d'avoir des bouts de bande magnétique suspendus partout dans la pièce en attendant d'être remontés ensemble dans une réincarnation improbable mais grandiose.

Le jour suivant. Mardi. Le mix de la version 7 pouces. L'attitude à avoir pour le mix de la version sept pouces doit être beaucoup plus contrôlée. Nous craignons qu'il n'y ait pas de place pour la gestuelle créative sauvage du mix 12" pour lequel les seules contraintes sont que les éléments physiques et sexuels du morceau soient laissés nus et que le danseur ne soit jamais libéré de l'emprise du groove.

La version 7" doit être mixée à l'aide des petites enceintes du studio. Ne vous perdez pas dans l'illusion de puissance que les grosses enceintes de studio donneraient à n'importe quelle piste. En tous points les éléments accrocheurs doivent être criants de présence pour l'auditeur lambda. Quelques idées qui ont pu surgir dans le mix douze pouces peuvent être essayées dans la version sept pouces, spécialement en ce qui concerne la partie de breakdown. N'oubliez jamais qu'à la fin de la journée, tout doit fonctionner en moins de trois minutes et trente secondes.

S'il y a des voix sur votre morceau, assurez-vous de faire une version identique instrumentale. Cela pourrait être nécessaire pour les émissions de télévision à l'étranger. Assurez-vous que le studio conserve des copies de sauvegarde de chaque mixage que vous faites. Faites copier une demi-douzaine de cassettes contenant chacune tous les mixes. Vous en aurez besoin.

Mercredi. Allez-y tranquille. Faites une grasse matinée. Vérifiez votre courrier. Pointez au chômage si nécessaire. Allez faire un tour dans les magasins et apportez des provisions. La journée sera couverte et grise ; probablement un peu pluvieuse. S'il y a un test match ce jour-là l'Angleterre s'en tirera moyennement bien. Une tragédie mineure aura eu lieu quelque part dans le monde : un accident de métro à Paris, une catastrophe foraine dans les jardins de Tivoli à Copenhague, ce genre de choses.

Il est temps de jouer de vieux disques et de penser à l'étrangeté de la vie et de se demander si cette aventure d'un soir se souvient encore de vous. Dans l'après-midi, passez quelques coups de fil. Cherchez des visuels, passez voir votre avocat et faites votre lessive. Téléphonnez aux distributeurs et demandez-leur de vous réserver du temps dans une salle de gravure choisie par votre ingénieur du son. Allez dehors et regardez un avion traverser le ciel. Demandez-vous où il va et quelle est la vie des passagers et pourquoi l'avion ne s'écrase pas et ce que vous feriez à leur place si c'était le cas.

Que le jeudi soit une journée similaire à celle du mercredi (à part la tragédie mineure). Vous allez devoir préparer des enveloppes et envoyer des cassettes de votre enregistrement à l'agent de placement radio, à votre attaché de presse et à des personnes clef chez vos distributeurs.

Jeudi soir. Une légère dépression douillette s'installera. Regardez Top of the Pops. Lisez un magazine musical. Puis laissez le vendredi se passer à sa vitesse de croisière.

Samedi, un avion s'écrase quelques minutes après le décollage. Quand on retrouvera la boîte noire, réalisera-t-on que vous en êtes le responsable ? Probablement pas.

CINQUIÈME SEMAINE

Cinquième semaine. La cinquième semaine sera encore une semaine pleine d'action. Des aller-retours à Londres. Des accords à signer. Couler la laque du vinyle. Rencontrer les gens de la promo en club et les commerciaux.

Graver votre disque signifie que vous allez apporter votre bande master dans une salle de gravure où un ingénieur du son spécialisé dans la gravure va jouer votre bande, faire des commentaires bizarres sur sa qualité puis en utilisant ses machines il va égaliser les sons provenant de votre bande (cela doit être fait car seuls les sons d'une certaine plage de fréquence peuvent être gravés sur vinyle ou diffusés en radio) avant de les enregistrer à nouveau sur une de ses bandes. Ça aura tendance à rendre le son plus compact. L'ingénieur va ensuite découper une laque à partir de sa bande. La laque est un disque en métal uniformément recouvert de vernis noir qui sera placé sur le tourne-disque le plus cher que vous n'aurez jamais vu.

En toute honnêteté, on en a super marre de vous parler de la gravure. Graver les disques est chiant. Il en va de même des salles de gravure et la plupart des ingénieurs de gravure aussi sont chiants avec leurs opinions totalement déconnectées de ce qui se passe. Si ça ne tenait qu'à nous, nous arrêterions d'écrire au sujet de tout ça et passerions directement à vous expliquer comment infiltrer les studios de Top of the Pops et ça serait finit pour aujourd'hui. Imprimez le bouquin comme ça.

Nous allons essayer d'être raisonnables et professionnels à ce sujet. Mais nous voulons que ce livre soit terminé d'ici la fin de la semaine. Nous voulons aller de l'avant sur ce qu'il reste à faire. Nous avons un nouvel appareil qui nous amuse beaucoup. Nous avons au moins une demi-douzaine d'albums et deux films à terminer, une exposition d'art et un bateau que nous voulons acheter - tout ça d'ici la fin de l'année et nous perdons notre temps à écrire un livre qui sera complètement superflu dans douze mois. Un artefact obsolète. Ça seule utilité sera

d'apporter un peu d'histoire sociologique qui compile les aspirations d'une certaine strate de la société britannique de la fin des années 80. Rien de plus que ce que n'importe quelle brochure publicitaire du dimanche nous apporte déjà. Il est évident que dans très peu de temps les japonais auront trouvé la technologie et amené son prix à un taux si bas que vous pourrez bientôt faire tout ça chez vous. Alors vous pourrez envoyer balader toute cette merde à propos du fait d'aller en studio.

Nous avons écrit tout ça dans une bibliothèque communale dans un vieux bourg anglais. L'endroit est bourré de vieux livres poussiéreux géniaux. La plupart d'entre eux ayant plus de cinq-cents pages. Tous écrits comme il faut. Des gens ont dû transpirer pendant des années pour écrire certains de ces livres et nous ne pouvons pas nous donner la peine de finir ce maigre ouvrage correctement.

Nous avons trouvé un livre ce matin. « Dictionnaire des comparaisons ». Imprimé en 1807. J'ai pensé qu'il pourrait y avoir quelque chose là-dedans pour pimenter notre style d'écriture. Chaque page est extraordinaire. Nous en ouvrons une au hasard. C'est la page deux cent soixante-cinq. L'ARGENT AUX TÉTRAPLÉGIQUES et que lisons-nous :

Monotone comme la robe des enfants de la charité. (Auteur anonyme)

Morose comme un prêtre. (Thomas Shadwell)

Déprimé comme les oiseaux qui changent de plumes. (Longfellow)

Je suis aussi désarçonné que si j'étais marié et que je vivais dans une ville de province. (G.H. Lewis)

Moral comme de la menthe poivrée. (Auteur anonyme)

Morale comme de la menthe poivrée !

Morale comme de la menthe poivrée ?

Morale comme de la putain de menthe poivrée ???

Vraisemblablement le mot menthe poivrée avait une connotation inhabituelle en 1807, qui s'est perdue au fil des années.

En 1807, alors que la menthe poivrée était morale, il n'y avait pas d'agents de placement radio ou de commerciaux pour faire la promotion des nouveautés de la semaine. Vous seriez dehors dans les tranchées jusqu'aux genoux, mourant et griffonnant ce qui vous resterait de sentiment dans le coin d'un carnet et ce serait :

« Méthode simple pour devenir un poète de guerre reconnu. »

« Tommy ceci et Tommy cela  
Et Tommy ne ressent pas la douleur  
Car s'en est trop pour Tommy  
Quand que Tommy accepte le blâme  
Alors que Fritz le hun nourrit Fritz le chat  
Et le Kaiser siège sur son trône  
Puis Fritz discute avec Tommy boy  
Sur sa Fräulein à la maison »

C'est ce poème qui nous a mené au Top à l'époque, aux côtés de Wilfred Owen, Robert W. Service, Sassoon et Graves.

« C'est bon on a compris, arrêtez vos conneries. » D'accord, d'accord.

Vos distributeurs organiseront la livraison de la laque à l'usine de pressage. Quelques jours plus tard, ils recevront quelques « test-pressings » (T.P.). Vous devrez les écouter et dire : « Ça me paraît BON. » Ils pourront ensuite procéder au pressage des quantités initiales. Vérifiez le graphisme final avant de l'envoyer aux imprimeurs. Comme pour les T.P. un exemplaire de la pochette finale sera imprimé afin que vous puissiez le valider avant d'imprimer tout le reste.

LA PROMO EN CLUB

La promo en club. Il y a des entreprises spécialisées dans l'envoi de disques aux clubs. Les clubs reçoivent les disques gratuitement et en échange ils doivent remplir des feuilles des réaction rapportant comment chaque disque se comporte vis-à-vis de leurs clients sur la piste.

Beaucoup de disque se font connaître à l'origine sur le dancefloor. C'est maintenant un cliché, mais ça arrive encore. Un disque est posté aux club qui sont au cœur de la tendance quatre semaines avant la sortie comme un white label ou comme un faux import américain (pour la crédibilité élitiste des DJs). Deux semaines avant sa sortie, il est envoyé par la poste au reste des clubs et aux disquaires spécialisés en dance. James Hamilton commence à écrire sur le titre dans sa chronique « Record Mirror ». La semaine de sa sortie, le disque explose dans les charts nationaux. C'est comme ça que des disques que vous n'avez jamais entendus, par des artistes dont vous n'avez jamais entendu parler, apparaissent soudainement dans le Top 40.

Nous avons utilisé une compagnie appelée Rush Release et nous les recommandons à tout le monde. Ils sont basés dans le sud de Londres. Retrouvez leur numéro de téléphone dans l'annuaire « Music Week ». Prenez rendez-vous. Allez-y avec un T.P. Jouez-le leur. Écoutez leurs conseils - et suivez-les.

Ces promoteurs ont diverses listes de clubs et de DJs selon chaque type de disque à envoyer. S'ils pensent que ça vaut le coup de n'envoyer que cent cinquante disques, ils vous le diront, même s'ils sont payés double à en envoyer trois cents. Pour qu'ils envoient trois cents disques, ça vous coûtera cinq cents livres (tarif de 1988). C'est le nombre d'envois que nous avons faits pour "Doctorin' The Tardis".

Ils exigeront de l'argent liquide à payer d'avance. Ils vous raconteront les nombreuses fois où ils ont été déçus par de petites entreprises qui ont fait faillite et qui leur doivent des centaines de livres. Pleurnichez un peu. Demandez une facture payable sous vingt-huit jours et laissez-

les faire leur travail. Informez votre distributeur que Rush Release travail sur votre dossier et qu'ils ont besoin de trois cents exemplaires white label DÈS QUE POSSIBLE.

Organisez votre calendrier de sortie avec vos distributeurs. Assurez-vous que l'agent de placement radio et l'attaché de presse soient approvisionnés en disques white label. Continuez à parler avec tout le monde. Continuez à alimenter l'ambiance qui s'installe. Ne vous laissez pas intimider par les offres d'annonces dans les magazines musicaux ; perte de temps, perte d'argent. Continuez d'utiliser les téléphones des autres et ne prenez pas le taxi. N'arrêtez pas de penser aux vidéos, aux séances photos et aux performances dans Top of the Pops. Levez les mains au Ciel et prenez une pause thé car les choses vont commencer à nouveau à être incontrôlables.

## LES CHARTS

Vous a-t-on déjà expliqué comment étaient compilés nos charts nationaux ? Ceux qu'utilise la BBC. Les seuls que Music Week impriment. Les seuls charts dans ce pays qui valent la peine d'être pris au sérieux. Ce sont les spécialistes des études de marché, GALLUP, qui les rassemblent.

Il y a six cents disquaires à travers le pays qui ont la chance d'avoir de petits ordinateurs. Chaque fois que quelqu'un achète un single dans l'un de ces magasins, le vendeur est censé saisir dans l'ordinateur le numéro de catalogue du disque vendu. Ce sont les MAGASINS INFORMATEURS DES CHARTS. Après la fin des jeux chaque samedi soir et avant la diffusion des nouveaux charts le dimanche soir, GALLUP choisira au hasard deux cents ou plus parmi ces six cents magasins, additionnera les scores collectés sur leurs ordinateurs et avec ces chiffres basera ses charts.

La raison pour laquelle ces six cents magasins ont tant de chance

(même si c'est contraignant de taper des numéros de catalogue à chaque fois) est qu'ils deviennent le point central de la promotion en magasin de toutes les maisons de disques. Les maisons de disques ne reculeront devant rien pour inciter le client d'une de ces boutiques à acheter les quantités initiales de n'importe quelle sortie potentiellement éligible aux charts. C'est pour cette raison spécifique que le destin a décidé que ces magasins informateurs des charts seraient les boutiques qui proposent tous les deux-en-un, les éditions limitées, les gatefolds, les remixes 12 pouces, les disques à forme et image spéciale, les singles CD et tous les produits d'appel essayant désespérément d'attirer votre attention depuis leurs présentoirs juchés autour des comptoirs et pendouillant aux plafonds.

## LES COMMERCIAUX

Chaque équipe de commerciaux est composée de douze ou plus personnes, chaque commercial ayant sa partie du pays à couvrir. Du lundi au vendredi, de 9h à 18h, des armées de ces vendeurs se déchirent d'un magasin informateur des charts à l'autre, distribuant des goodies, faisant des affaires individuelles, prenant des nouvelles des enfants, laissant dix singles sur le comptoir : « Bon, on laisse tomber la facture si ça fait Numéro Un. »

Ce sont des hommes désespérés. Menant des vies désespérées. Ces hommes sont dans un tableau de championnat et personne ne veut se retrouver dans la zone de relégation. Personne ne veut retourner vendre des bougies d'allumage. Ils veulent le glamour. Ils veulent croiser les stars. Ils veulent être là-bas à Londres et travailler dans le bureau central de la maison de disques, entourés de toutes les petites secrétaires bombasses. « Faites-moi de la place au Top, j'arrive ! » Comment pourraient-ils échouer ? Chassez cette prime. Faites cette vente. Faites cette blague et « S'il vous plaît ! Encore un petit numéro dans l'ordinateur et on y est presque ! »

Par-delà les Pennines et de l'autre côté des Fens, en remontant les vallées galloises roulent des breaks où sont empilés les boîtes des sorties prioritaires de la semaine, toutes à la recherche du présentoir qui les mettra en valeur. Ces hommes doivent faire leur travail. Méthodes honnêtes ou nauséabondes. Ce sont les soldats qui sont en première ligne, et ils sont là dehors, semaine après semaine sur le front. Ils passent leur vie à attendre les résultats des examens qui sont publiés chaque dimanche. Ensuite il y a les résultats du milieu de semaine le jeudi et les prévisions du vendredi et ainsi de suite. GALLUP fournit à l'industrie le classement des charts en milieu de semaine le jeudi et des prévisions le vendredi sur les résultats des charts du dimanche. Tout cela n'est pas publié ou diffusé aux yeux du grand public. Ce sont eux qui se font redresser les bretelles quand l'arbitre siffle en criant « marketing déloyal ! » Oui, la maison de disques est condamnée à payer une amende, mais eux perdent leur emploi - et se retrouvent à nouveau à vendre des bougies d'allumage.

Sans ces d'hommes, aucun disque n'a la moindre chance d'aller aux charts, peu importe combien de passages radio ou de succès en club il aura. Un distributeur ne peut qu'approvisionner une demande, il ne va pas aller vendre, vendre, vendre et vendre.

Chaque major a ses équipes de commerciaux. Nous avons mentionné plus tôt que jusqu'à il y a quelques années, personne en dehors des majors n'avait accès à cette forme de poids. Mais aujourd'hui, nous avons un certain nombre d'équipes de commerciaux indépendantes qui battent des records dans le secteur indé à un rythme presque monotone. Nous aurions dû préciser que ces équipes de commerciaux indépendantes font la plupart de leur travail pour les majors ; elles sont embauchées comme renfort pour travailler sur les sorties prioritaires, assurant que chaque disquaire informateur au charts reçoive la visite d'un commercial deux fois par semaine pour appuyer le même disque.

Ces hommes ne sont motivés par aucun idéal altruiste. Ils sont un produit des années Thatcher. Ils sont là pour vous et ils seront ravis de

travailler pour vous dès qu'ils entendront votre disque.

Il y a trois poids lourds dans les compagnies de commerciaux que vous devriez contacter : Impulse, Bullet et Platinum. Ils ont tous eu des n°1 en 1988. Téléphonnez-leur et voyez si vous pouvez avoir un rendez-vous. Envoyez un white label à chacun d'entre eux. Choisissez celle qui montre le plus d'intérêt. Nous avons eu la chance d'être dans la position où toutes les trois voulaient travailler avec nous. Chacune d'entre elles utilise des stratégies différentes, propose des offres différentes. Elles coûtent très cher. S'ils veulent 5 000 balles pour assurer la survie d'un disque, dites-leur que ça ne pourra être que 3 000 balles. Tout comme l'agent de placement radio, ils voudront des primes selon le classement aux charts. D'ici à ce que vous arriviez à n°1, vous allez leur devoir 10 000 balles. C'est beaucoup d'argent, mais c'est ce que vous devrez payer. Il n'y a pas d'autre solution. Par contre ce qui est bien, c'est qu'ils accepteront tous, si vous insistez un peu, de passer un accord où vous ne les payiez qu'au moment où vos distributeurs commencent à vous envoyer de l'argent.

Vous vous demandez peut-être : "Pourquoi devons-nous payer ces équipes de commerciaux pour vendre nos disques ? Pourquoi ne peuvent-ils pas prendre une commission sur la quantité de disques qu'ils vendent ?" Quand on a dit "vendre, vendre, vendre et vendre" tout à l'heure, en fait ce n'est pas si simple. Ils ne vendent pas vraiment des disques à proprement parler, ils achètent des numéros de catalogue qui vont dans les ordinateurs, ils achètent de l'espace d'exposition et de la visibilité sur les présentoirs. Ils ont besoin d'outils. Ils ont besoin de votre aide : ils ont besoin de disques gratuits à distribuer - des milliers si vous les laissez faire. Les faveurs doivent être gagnées. Vos vraies ventes de disques ne commencent à arriver qu'une fois que le disque est sur les rails avec le vent en poupe. Et c'est là que le gros des commandes commence à affluer directement chez le distributeur.

Ouais, nous savons que ce passage sur les commerciaux est ennuyant, mais nous devons enfoncer le clou. Ce sont ces hommes qui

créent les hits. Sans eux, il n'y aurait rien. Même si tout le monde arrêta d'acheter des disques pendant un mois, il y aurait toujours des chiffres qui iront dans les ordinateurs de GALLUP. Il y aurait toujours le classement des charts du milieu de semaine le jeudi, les prévisions du vendredi et les charts le dimanche. Rien ne changerait.

Il n'y a que ces personnes pour pousser, tirer ou arracher un disque de sa quarante-et-unième place dans les prédictions du vendredi et le propulser de l'océan des illustres inconnus vers le pays de cocagne en lui faisant atteindre la trente-neuvième place le dimanche soir. Là, bien au chaud dans le giron du grand tableau défilant du Top 40 de Top of the Pops, la nouvelle entrée est diffusée sur Radio One, c'est la reconnaissance nationale automatique. C'est là et maintenant - un succès au vu et au su de tous. Tout ça parce que quelques faveurs supplémentaires ont été arrachées à Doncaster<sup>26</sup> un vendredi après-midi pluvieux.

Nous ne disons pas que ces hommes n'aiment pas la musique autant que n'importe qui d'autre, ils l'aiment ; leurs autoradios stéréo ne chôment jamais. Quand ils travaillent sur un disque, ils s'en fichent qu'il s'agisse de Glen Medeiros, Public Enemy, Fields of the Nephilim ou Sabrina, ils n'ont pas la prétention de l'agent de placement radio ou la crédibilité fragile de l'attaché de presse. En dernière analyse, ce sont eux les boss. Pourquoi un disquaire perdrait-il son temps à rentrer des numéros de catalogue dans des machines si ce n'était pas pour les goodies que ces hommes leur apportent ? Et sans ces chiffres, il n'y aurait pas de charts.

Le néant.

Toute cette mascarade n'existerait pas.

Vous voyez le topo.

---

<sup>26</sup> Ville de 100 000 habitants du Yorkshire du Sud.

Prime ou pas prime – telle est la question.

## COMPTE À REBOURS

La date de sortie est imminente. Les bons clubs jouent votre disque. L'agent de placement radio a déjà eu une réunion avec un ami très proche chez Radio One. L'attaché de presse n'arrête pas de vous dire qu'il lui faut des photos et une sorte de bio. Vous savez que vous avez besoin d'une vidéo.

Les échéances sur les factures approchent de manière plus imminente que la date de sortie du disque. Elles atteignaient 12 000 £ au dernier décompte. Vous devez mettre la main sur 20 000 livres - vite. Aucun retraité impotent n'a autant d'argent liquide sur lui et ce n'est pas comme si emprunter cinq balles à votre mère allait changer quelque chose. L'« Enterprise Allowance Scheme<sup>27</sup> » ? Pourquoi n'y avoir pas pensé avant ! Parce que vous n'êtes pas complètement débile non plus.

Il va falloir s'accrocher.

Renseignez-vous auprès de votre avocat. Et auprès de votre comptable.

Lancez le compte à rebours.

Votre sommeil devient instable.

Si vous êtes un fumeur de dope vous allez vous retrouver à rouler avant le petit-déj. Vous allez frôler la dépression nerveuse à propos de la pochette quand vous vous rendrez compte qu'elle est complètement merdique. « Personne ne voudrait acheter un disque qui ressemble à ça

---

<sup>27</sup> Programme sous Thatcher visant à aider les chômeurs qui montent leur entreprise en leur accordant une aide de 40£ par semaine.

! » et vous allez vous entendre sangloter :

« Les gens vont juste se moquer et la laisseront dans les bacs. »

Et : « En quoi le monde a-t-il besoin de ce disque ? »

Nous n'avons pas de réponse à vous offrir.

« En quoi le monde a-t-il besoin de disques de manière générale ? »

Toujours pas de réponse.

« Le mix est pourri. Il faut le refaire. Dois-je tout arrêter maintenant, détruire toutes les copies déjà pressées et faire un nouveau mix ? »

L'agent de placement radio vous gueule dessus pour que vous lui fournissiez une vidéo.

« Je veux retourner dans le ventre de ma mère ! »

Trois. Deux. Un. Oh non ! Ça y est – ZERO !

Lundi matin. 10h30 et vous êtes encore au lit. Il y a des magasins de disques dans tout le pays déjà ouverts avec votre disque dedans. Est-ce quelqu'un est sorti pour aller dans une de ces boutiques et l'acheter ?

« Pourquoi le feraient-il ? »

Vous allumez Radio One. Vous exultez. Ils le jouent - Simon Bates joue votre disque !

« Oh mon Dieu ! Oh mon Dieu, pourquoi ? Pourquoi ? Pourquoi ? »  
Crie une voix dans votre tête.

Ça sonne merdique pendant une seconde et génial l'instant d'après.

Vous commencez à trépigner. Le téléphone sonne. Vous vous cachez sous les couvertures. Le téléphone cesse de sonner.

Simon Bates commence à parler par-dessus le fade-out.  
« L'enfoiré ! »

Qu'est-ce qu'il dit ?

Il aime bien. Il pense qu'il pourrait s'agir d'un son éligible aux charts et il dit à quelques millions de personnes qu'elles vont l'entendre de nouveau. Le téléphone sonne. C'est votre agent de placement radio qui vous demande si vous l'avez entendu, il a trouvé que ça sonnait super. Il vous dit qu'il a été programmé pour l'émission de Gary Davis cet après-midi. Il vous dit qu'il a essayé de vous joindre tout le weekend pour vous faire savoir que l'enregistrement a intégré la LISTE C.

## LES PLAYLISTS

Radio One utilise un système de playlists. Tous les producteurs se réunissent un lundi, écoutent les nouvelles sorties et discutent desquelles devraient intégrer ou quitter la playlist. La playlist est divisée en listes A, B et C. Les disques sur la liste A sont ceux qui sont joués sur ce qui semble être la plage horaire quotidienne, mais en réalité ils passent rarement plus de vingt fois par semaine. Les disques sur la liste B sont ceux qui sont recommandés aux producteurs pour leurs émissions spécifiques ; ils peuvent finir par obtenir jusqu'à quatorze passages par semaine, soit plus que de nombreux disques de la liste A. Un disque de la liste C peut être pris en considération pour les émissions ; mais le choix en revient aux différents producteurs et au DJs particuliers.

Et bien sûr, Radio One a son quota habituel de Golden Oldies, de découvertes et de demandes des auditeurs qui prennent une bonne partie du temps d'antenne de la journée. Le fait que votre disque ne

figure pas sur la liste A directement ne doit pas vous inquiéter outre mesure. Notre disque n'a passé qu'une semaine sur la liste A - la semaine où nous étions n°1. Lorsque nous sommes étions vingt-deuxièmes, nous n'étions même pas sur la liste C. D'autres disques peuvent aller directement sur la liste A, être joués à mort et ne rien faire au niveau des charts.

Dans la vie de la plupart des n°1, toutes ces playlists et passages radio auraient dû se produire au moins une semaine plus tôt, mais comme vous ne vous êtes pas encore fait un nom, vous n'êtes pas sur une grosse maison de disque (ou même un petit indépendant mais avec un bon palmares), personne à Radio One ne prend votre disque au sérieux - même si il leur plaît.

Le téléphone sonne à nouveau. C'est un pote ou votre mère (ou votre cousin) qui appelle pour vous dire qu'ils ont entendu le disque.

Vous vous habillez et ne savez pas quoi faire de vous-mêmes.

Pas de lait dans le frigo.

Pendant les prochains jours, vous aurez peur d'appeler qui que ce soit et personne ne vous appellera. Le mercredi, vous serez probablement tenté de vous rendre dans les librairies locales pour voir si les journaux musicaux sont parus et, le cas échéant, s'ils ont chroniqué votre disque.

Probablement qu'un seul d'entre eux comprendra une critique de votre titre, et juste quelques lignes mélangées dans un article qui parle de quatre autres disques en même temps ; rien de super positif, mais pas trop négatif, juste énonçant que ça ressemble à tout ce qu'on entend en ce moment et que ça ne cassera pas non plus 3 pattes à un canard. N'essayez pas de trouver un sens à ces maigres paroles. Le chroniqueur aura oublié tout ce qu'il a dit quelques secondes après l'avoir tapé. Vous, par contre, pourrez porter ces mots dans votre cœur pour le reste de votre vie - ne laissez pas cela devenir un problème.

Mercredi. Fin d'après-midi. Appelez les équipes de commerciaux. Ils devraient avoir une bonne idée de ce qui se passe maintenant. Ça se passera bien, ça commencera déjà à décoller. Ils veulent savoir à propos des passages radio et si vous avez une vidéo. Appelez les distributeurs. Les commandes commencent à arriver.

« Tous les signes sont là - ça va être un gros truc ! » Ils vous l'ont dit la semaine dernière et la semaine d'avant, et ils vous le disent encore.

Appelez le bureau de l'agent de placement en radio. Il ne sera pas là mais son assistant vous dira qu'ils ont déjà eu cinq passages cette semaine. Ce sera sur « Singled Out » ce vendredi. Ils s'attendent à environ dix à douze passages d'ici la fin de la semaine. « Ça va être un gros coup ! » vous dira-t-elle. L'agent de placement radio voudra vous rappeler plus tard dans l'après-midi. Il le fera.

« Il nous faut une vidéo. Ecoute, ce disque pourrait être énorme. Sans vidéo, nous avons devant nous un disque qui, avec de la chance, pointera à la vingt-huitième place maximum. Et avez-vous décidé quel genre de performance vous ferez pour Top of the Pops ? Tous les signes nous disent que ce disque pourrait entrer dans Top 40 ce dimanche. Si les prédictions de vendredi le confirment, je devrais dire à la réunion de production de TOTP de ce vendredi en quoi consiste votre show. Ils auront besoin de voir qu'il y a une vidéo, que c'est en règles avec la Musician Union. »

Il ne s'arrêtera pas. Vous devrez lui dire franchement que vous avez peut-être les meilleures idées au monde, mais pas d'argent. Rien de rien. Vous ne pouvez pas faire apparaître une vidéo à partir d'air pur.

Il n'aimera pas entendre ça parce que vous lui devez déjà mille livres qu'il aurait dû recevoir avant lundi dernier. Il vous demandera si vous avez déjà demandé une avance en liquide aux distributeurs. Répondez non. Il vous conseillera de le faire. Ils sont tenus de vous l'accorder, vu que le disque est prêt à exploser.

Appellez les distributeurs avant qu'ils se cassent de leur bureau. Ils sauront tout à propos des passages radio et de la réaction des commerciaux. Allez droit au but : il vous faut de l'argent pour mener à bien ce projet correctement.

"Combien ?"

"Vingt mille livres."

Ils comprendront votre situation et vous demanderont de les rappeler le lendemain matin. Ils comprendront votre situation et vous demanderont de les rappeler demain matin. (C'est d'ailleurs le seul appel [probablement] interurbain de tout l'exercice que vous devrez faire en heure pleine et que vous aurez à payer de votre poche). Il acceptent de vous accorder le prêt.

Appelez votre banquier. Dites-lui ce qui se passe. Dites-lui que vous voulez retirer deux cents livres maintenant. Il dira oui. Allez à la banque et prenez le cash. Vous n'avez pas réellement besoin de cet argent pour un usage particulier, mais si vous allez recevoir un chèque de 20 000£ vous avez besoin d'en sentir un peu dans votre poche – maintenant. Descendez (ou montez) à Londres aussi vite que possible. Vous devez prendre ce chèque à la banque avant 15h30. Si vous avez le temps, allez dans un café tout seul, prenez un café et regardez les zéros sur ce chèque.

Après la banque, allez chez votre agent de placement radio pour parler vidéo avec lui. Il est peut-être déjà trop tard. Vous auriez vraiment dû avoir une vidéo terminée il y a plus d'une semaine. Vous allez devoir terminer la vôtre d'ici le jeudi suivant. Ça doit être filmé, monté, doublé, validé par le syndicat – la totale - et prêt à la diffusion.

Appelez votre comptable. Dites-lui pour l'argent. Faites-lui émettre des chèques pour régler toutes vos factures en attente.

Vous allez vous sentir libre à nouveau.

Nous devons maintenant faire une pause parce qu'on déteste la vidéo. Ça pue comme médium. Vous n'avez presque aucun contrôle et ça coûte une fortune. Les sociétés de production vidéo sont pleines de gens que vous ne préféreriez jamais rencontrer. Ce sont des sangsues. Passant leur vie à essayer de gagner les faveurs de n'importe qui ayant potentiellement quelques milliers à dépenser. Les vidéos sont la maladie de notre temps ; des publicités prétendant être de l'art, faites par des trous du cul prétendant être des artistes. Bien sûr, les amoureux de kitch du siècle prochain les adoreront, les historiens sociologues les dissèqueront. Tirer leur dans le tas, voilà notre avis.

À part ça ne dépensez pas plus de dix mille livres (et n'oubliez pas la TVA). Ne déconnez pas à vouloir tenter un pastiche de tel ou tel genre cinématographique.

Pour notre vidéo, nous avons eu de la chance. On avait un pote qui avait une carte de réalisateur. Mais il n'était pas un réalisateur de vidéos comme les autres. On s'est bien amusés à la faire. Bien qu'on ne dirait pas, il nous a coûté plus de huit mille livres, la plupart du budget a servi à louer l'hélicoptère pour les prises de vues aériennes.

Écoutez ce que votre agent de placement radio a à dire sur ce sujet. Faites que son bureau soit le centre des opérations pour tout finaliser. Prenez des décisions et faites ce qui doit être fait. Qui sait ? Vous pourriez même y prendre du plaisir.

La suite.

C'est quoi votre angle ? Que va-t-il se passer sur Top of the Pops ? Qu'allez-vous raconter sur "Newsbeat" ? Quelles photos allez-vous utiliser pour Smash Hits ?

Comme pour la vidéo vous avez tout laissé traîner, mais vous ne pouviez pas faire autrement car vous n'aviez pas encore l'argent.

Dans tout ce domaine, nous sommes allés beaucoup trop loin, dépensant beaucoup d'argent que nous aurions pu garder pour faire d'autres choses. Nous avons des concepts radicalement différents à chaque nouveau jour, chacun plus compliqué que le précédent, chacun ne faisant qu'ajouter à la confusion. On pensait qu'on était malins. Mais on était cons.

Après coup nous avons clairement compris que notre disque aurait pu être vendu dans des sacs en papier brun sans l'arnaque farfelue de la pochette « marque de voiture » et qu'il aurait quand même été n°1. Le disque était plus grand que nous tous. Il savait où il devait aller. Nous ? Nous avons juste essayé de nous accrocher au wagon, en espérant que les gens remarqueraient nos apartés déjantés et nos sarcasmes métaphysiques pendant que tout le processus se transformait en boule de feu pour aller jusqu'au sommet.

Le truc de la pochette « marque de voiture » a été fait en toute dernière minute et nous ne nous attarderont pas sur les autres idées que nous avons eu avant ni sur comment tout cela s'est passé. Notre ingénieur du son est devenu la voiture. Il a été baptisé Ford Timelord. Ça aurait pu être Timmy Timelord ou Tyrone Timelord. Il a fait toutes les interviews, inventant un personnage qui était une extension de lui-même. Cela nous a permis d'observer librement en tant que spectateurs et d'évaluer. Quand il a s'agit de Top of the Pops, nous avons imaginé une myriade de scénarios époustouflants pour notre performance. Quand nous avons eu l'idée de la voiture comme frontman, nous voulions simplement mettre la voiture dans le studio de Top of the Pops, jouer notre morceau sans que rien d'autre ne se passe – tout cela étant très Warholien. « Ennuyeux », nous a-t-on dit. Donc nous avons eu un chorégraphe et quatre danseuses et les avons pris sous contrat pour un mois. Ça a coûté deux mille cinq cents livres. On les appelait les Escortes. Nous avons eu un styliste pour leur faire faire des costumes. Ça a coûté mille livres. Puis nous avons fait une séance photo avec eux. C'était mille livres de plus.

Les Escorts étaient comme des Pan's People<sup>28</sup> du futur, elles dansaient autour de la performance plus décontractée et quelque peu stationnaire de Ford Timelord. Elles procuraient un amusement efficace et une sexualité excitante. Et avec ça joliment taquines à la vue de tous, un pur programme sportif de dimanche.

On adorait ça.

Top of the Pops ont dit : « Pas question ! Si nous voulons des danseuses dans notre spectacle, nous les fournissons. »

C'est à ce moment-là que nous avons pris conscience d'une résistance contre notre disque et contre toute notre manière de le promouvoir. Les tabloïds, la radio et la TV pop ont tous senti le coup fourré. Ils pensaient que nous essayions de nous foutre de leurs gueules, que nous essayions de détourner leurs médias à nos propres fins. Que nous ne jouions pas dans les règles du jeu.

Nous pensions que nous leur donnions ce qu'ils voulaient : un truc insignifiant, léger, avec un peu de sexe bête et bon enfant.

The Sun et The Mirror l'ont particulièrement mal pris. Ils se sont dit que non seulement nous les insultions en tant que journalistes si nous pensions qu'ils feraient une interview avec une voiture, mais on nous a aussi dit que s'ils faisaient une telle interview, ils perdraient leur crédibilité auprès de leurs lecteurs, qui à l'avenir commenceraient à douter de toutes leurs autres balivernes pop sur « Une Nana De Bananarama A Rompu Avec Sting » et « La Sensuelle Sade En Fougueuse Liaison Sexuelle Secrète Avec Cliff ». Finalement, ils ont essayé de nous dénoncer, nous, les hommes derrière l'enregistrement. « Qui s'intéresse à la réalité ? » avons-nous pensé. « Bill Drummond. Le rocker vieillissant. » Tout ce genre de choses.

---

<sup>28</sup> Troupe de danseuses connues pour leurs performances dans Top of the Pops fin années 60 et milieu 70, sortes de Clodettes géniales.

On pensait qu'ils voudraient faire des doubles pages avec Ford Timelord avec ses jolies Escorts allongées autour de son long corps noir et élégant. Ça n'a pas été le cas. Ils ont détesté.

Ne commettez pas les mêmes erreurs que nous. Économisez votre argent.

Méfiez-vous, les choses ont tendance à devenir totalement hors de contrôle - donc même si vous apprenez de nos erreurs, vous en créerez plein d'autres bien à vous.

Trouvez toujours l'angle positif. Courez toujours le risque.

À l'origine nous voulions de vrais Daleks sur la couverture. Nous n'avons pas obtenu l'autorisation. C'est après ça qu'on a eu notre idée de voiture. Nous voulions alors écraser la voiture sur Stone Henge ou la placer en hélicoptère sur deux des pierres verticales dont l'horizontale était manquante. Nous avons pensé la traîner jusqu'au sommet de Silbury Hill, creuser un trou et la renverser dedans, la tête en avant, avec environ 1m20 sous terre et le reste en l'air, pour faire comme si nous venions d'arriver de l'espace.

L'un de nous est plus ou moins lié à une des lesbiennes qui sont descendu en rappel à la Chambre des Communes au début de 1988. Elles nous ont déconseillé de creuser un trou à Silbury Hill car ça semblait un lieu spécial pour elles. Cette bande de lesbiennes anarchiques a dit que par contre elles nous aideraient à entrer dans Stone Henge un soir, à peindre toutes les pierres en noir et blanc, à en renverser quelques-unes pour rappeler au monde l'évolution. Les filles étaient en colère à propos de quelque chose et nous non, alors elles sont parties et ont fait irruption au journal télévisé du soir. Nous, étant des garçons, nous sommes allés faire des Daleks dans le vrai style Blue Peter<sup>29</sup>. Comme ces Daleks étaient tellement éloignés des dessins

---

<sup>29</sup> Émission pour enfants sur la BBC. Grand classique, comprenant notamment des conseils de bricolage pour les enfants.

originaux, ils n'enfreignaient aucune loi sur le droit d'auteur. Bill Butt, qui était le réalisateur, a essayé de regrouper tous les différents volets de nos comportements masculins, notre amour du symbolisme superficiel, du mysticisme lourd et des voitures américaines et nous avons réalisé notre vidéo.

Confusion.

Qu'est-ce que tout cela a à voir avec vous et nos prétendues instructions concises sur la façon de faire ce dernier bond vers la pole position ?

Globalité.

Parce que ce n'est qu'en maîtrisant l'art d'avoir le contrôle total quand on est en même temps totalement hors de contrôle. Vous devez tenir les rênes plus ferme que vous ne les avez jamais tenus avant mais laissez le chariot passer par-dessus la falaise. Les abysses vous appellent.

Accrochez-vous aux branches. Fabriquez des châteaux de sable. Laissez le sable éphémère vous raconter des mensonges. Prenez la route pittoresque. Soyez à l'heure. Utilisez deux batteurs si nécessaire. Remplissez les formulaires. Secondes. Minutes. Heures. Jours. Milieux de semaine et prévisions. Chutez, vrillez, tournez et plongez. Signez des chèques. L'avocat s'occupe des contrats pour que votre titre intègre les compiles « Hits » et « Now ». Dormez la nuit. Du noir au blanc. Plus grosse nouveauté. Du bon au mauvais. Avance rapide. Top of the Pops. Relisez ce livre, quoi qu'il en coûte. Non, ne faites pas ça. Vous savez déjà tout ce qu'il y a à savoir. Plus vite. Plus vite. Plus vite. Donnez tout. Juste donnez tout. C'est la belle fin.

Dimanche soir. Sept heures moins cinq. Vous êtes maintenant n°1. C'est pour toujours. Ce n'est plus du tout entre vos mains. Votre corps reste le même, mais tout ce qu'il y a à l'intérieur est à un million de kilomètres. Dimanche soir. Sept heures vingt. Rockman ouvre une

nouvelle bouteille de champagne. King Boy regarde les étourneaux passer devant le soleil couchant. Il n'y avait rien derrière la porte verte à part un vieux piano<sup>30</sup>. Alors pourquoi ? Qu'avez-vous appris ? Si vous pouvez avoir un n°1, tout est possible. N'oubliez pas de pointer au chômage.

## POST-SCRIPTUM

Quelques personnes ont lu ce que nous avons écrit pour vérifier l'orthographe et voir si nous ne devrions pas rajouter plus de ponctuation ici ou là. Ils ont été déçus par la manière dont nous avons terminé. Nous ne savons pas ce qu'ils attendaient, ni ce que vous attendriez. Nous ne savions certainement pas ce que nous-mêmes attendions. Peut-être une tentative de faire de l'esprit de façon métaphysique. « Ne vous attendez à rien, acceptez tout », quelque chose comme ça.

« Tout est en suspens. Flou. Vous ne nous avez même pas dit la moindre chose sur comment gruger la sécurité à la BBC pour pénétrer sur le plateau de Top of the Pops ou à propos de Gary Glitter. On veut apprendre des trucs sur Gary Glitter. » Ont-ils dit. Pour être honnêtes (ou du moins tenter de le faire), nous pensons que la raison pour laquelle nous avons écrit ce manuel était d'essayer de comprendre l'ensemble du processus nous-mêmes, de comprendre la logique, de démêler le désordre des fils confus. Tous les mensonges et la logique, la morale et les mythes et la différence entre « oui » et « non ».

Pratiques empiriques. Oubliez-ça.

Rien ne se résout jamais tout seul. Vous devez le savoir maintenant. On a juste choisi un point de coupure. Inutile de vous dire comment nous avons tenté de rester n°1 pendant une semaine de plus et avons

---

<sup>30</sup> Allusion à la chanson « Green Door » de Jim Lowe.

échoué ou comment Top of the Pops ne nous a pas autorisés à faire venir Gary Glitter la semaine où nous étions n°1. Ou comment nous voulions échanger notre n°1 avec « Everyday Is Like Sunday » de Morrissey et GALLUP ne l'avait pas. Pour citer le moment le plus frissonnant de la pop adolescente, la dernière ligne de « Past Present and Future » performé par les Shangri Las, écrit et produit par Shadow Morton, « It will never happen ever again ». Si nous devons avoir des données empiriques se serait cette phrase. Nous n'aurions jamais le droit de nous en tirer une deuxième fois.

Je suis sûr qu'il y a des dizaines d'autres conseils pratiques que nous pourrions vous donner. Vous devrez vous les donner vous-mêmes. Mais tout ça va de soi. « Public Enemy » sort un album intitulé « Don't Believe The Hype ». Un journaliste rock britannique blanc nous dit que c'est le meilleur groupe de rock au monde. Un mec dans le métro porte une veste bomber « Public Enemy » et une casquette de baseball « Def Jam ». Ça a dû lui coûter 20 livres. Jusqu'où doit aller l'ironie avant qu'on sombre tous ? C'est l'heure du thé. On en a assez. Montrez-nous simplement où se trouve la porte. « The White Room » nous appelle.

Bien à vous (Empiriquement)

The Justified Ancients of MuMu

P.S. BONNE CHANCE.

© **Bill Drummond, Jimmy Cauty**