

MUSIQUE

# Avec SoundOn, TikTok bouscule un peu plus l'industrie musicale

L'appli chinoise lance une plateforme de distribution et de promotion de la musique pour aider les jeunes musiciens à trouver leur public. TikTok se dévoile un peu plus comme nouvel acteur du grand jeu de l'économie musicale.

DIDIER ZACHARIE

Jusqu'où ira TikTok ? Cette appli de vidéos ludiques destinée au départ aux ados pour qu'ils se filment en train de mimer des bouts de chansons est en passe de transformer l'industrie du disque. Devenu au bout de quelques années l'endroit où on crée des tubes, des stars et des modes, le réseau social fait un pas de plus au sein l'industrie musicale. Avec SoundOn, TikTok offre une plateforme de distribution et de promotion pour les artistes en devenir.

Concrètement, SoundOn (qui n'est pour l'instant disponible qu'aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, au Brésil et en Indonésie) permet aux artistes qui ne sont pas encore signés sur un label de distribuer leur musique sur TikTok, mais aussi Spotify, Apple Music et autres plateformes de streaming. Elle leur offrira en prime des outils pour mieux promouvoir leurs créations musicales.

« On facilite la route aux artistes indépendants afin qu'ils puissent faire entendre leur musique et on va travailler avec eux pour qu'ils comprennent mieux comment atteindre leur public sur TikTok », dit Ole Oberman, patron du pôle musique de TikTok au média Music Business Worldwide. « A travers SoundOn, on veut organiser un écosystème pour les artistes non signés comme il n'en a jamais existé. Il sera plus facile pour eux de trouver des fans et plus facile pour les labels et les éditeurs de dénicher de nouveaux artistes. »

TikTok s'impose donc comme un



nouvel acteur d'une industrie musicale en constante évolution. Et ce n'est pas une mince affaire. La preuve par cinq.

## 1 TikTok est plus efficace que la radio

Avec un milliard d'utilisateurs, la plupart étant de jeunes adolescents (soit les plus boulimiques en termes d'écoutes), TikTok est devenu l'endroit où les tubes et les tendances musicales se font. Il suffit qu'une vidéo devienne un tant soit peu virale pour qu'un titre devienne un tube écouté par des millions de gens. C'est l'effet TikTok. Et à ce petit jeu, les artistes débutants ont autant de chances de départ que les stars.

Résultat, l'appli chinoise est aujourd'hui au centre de l'industrie musicale et de la stratégie marketing des majors du disque. En 2020, 70 artistes ont été découverts et signés grâce à TikTok. Et

cela était dû, non au hasard, mais plutôt à la puissance de l'algorithme de l'application. C'est elle qui accroche l'auditeur pour ne plus le lâcher. Et si SoundOn était la première pierre de ce qui pourrait fort ressembler à une major du disque de demain ?

## 2 TikTok facilite le travail des majors du disque

A l'ère du disque, il fallait signer sur un label avant de sortir un disque. C'est celui-ci, via son département A&R (Artistes & Répertoires) qui dénichait les jeunes talents et développait une direction artistique et commerciale sur plusieurs années pour, enfin, sortir un album. Avec internet, la tendance s'est inversée. Les maisons de disques sont reléguées en bout de chaîne. Grâce aux réseaux sociaux et plateformes musicales, les artistes peuvent construire eux-mêmes leur communauté de fans

et publier leur musique avant de se faire signer. Beaucoup décident même de se passer de cette dernière étape.

« Pour la musique que je fais, il n'y a pas besoin d'être soutenu par un gros label », dit Le Motel, producteur électro qui s'est fait un nom en composant pour Roméo Elvis et a créé son propre label. « L'important, c'est de bien s'entourer : avoir un manager, un booker pour trouver les concerts, un éditeur qui va dégouter les droits d'auteur, quelqu'un pour faire la promo et un distributeur qui t'aide à ce que ta musique soit visible sur les plateformes. »

Avec SoundOn, TikTok propose de prendre en main les deux derniers aspects : promo et distribution. Pour autant, SoundOn n'exclut pas les maisons de disques. Au contraire, elle leur facilite la tâche. Plus facile pour une major du disque de dégouter un jeune artiste qui cartonne sur TikTok que de miser sur un illustre inconnu et investir dans son développement artistique pendant

**Avec un milliard d'utilisateurs, la plupart étant de jeunes adolescents, TikTok est devenu l'endroit où les tubes et les tendances musicales se font.** © AFP.

48H BD **10 ANS!**

**LA BD EST EN FÊTE!** 1<sup>er</sup> & 2 avril

**PARTICIPEZ AUX CENTAINES D'ANIMATIONS GRATUITES** en librairies, médiathèques, écoles et sur le web !

Découvrez les 250 000 BD à 2 €\*

**TOUT LE PROGRAMME SUR WWW.48HBD.COM**

© 2022, Johan Pilet / 48H BD

\*Offre valable dans la limite des stocks disponibles et dans les points de vente participant à l'événement.