

LABEL

Le nouveau visage de FGL

La société est maintenant une figure établie du paysage des labels indépendants français. Au départ connu pour ses rééditions spécialisées, FGL étend maintenant son activité à la production d'artistes comme les Parabellum, le prochain album de Lio ou le premier disque des Pimlico.

FGL Productions a été créée en 1981. Jusqu'en 1990, la société a connu beaucoup de vicissitudes, puisqu'elle était dédiée aux rééditions de catalogues obscurs des années 60 et 70, à destination des collectionneurs. Depuis 1991, FGL a conservé cette politique de rééditions en CD de vinyles "historiques", mais a surtout ouvert d'autres labels comme Play-Time (musiques de film) et a développé Mantra, autour de deux axes de la musique progressive, le rock français (Les Têtes Raïdes, Parabellum, les Bidochons...) et la variété française (Hervé Cristiani, Jessie Garon, Robert Charlebois, Carole Laure...).



« Nous redéveloppons également Axe Killer, notre label de hard rock, en rééditant des titres ciblés des années 80 et en produisant des nouvelles signatures, telles le groupe new-yorkais Whorgasm ou les australiens de Angel City. Au total, nous exploitons aujourd'hui dix labels différents » précise Thierry Wolf, 33 ans, directeur de FGL depuis 1991. « Une autre partie de notre travail consiste à licencier du répertoire pour des compilations réalisées principalement par les majors compagnies. Nous sommes propriétaires d'une partie du catalogue proposé, mais nous représentons également en exclusivité de nombreux catalogues étrangers tels Trojan, Netshare,TVT Records... Je me suis spécialisé dans la gestion de droits sur des masters origi-

naux et nous sommes donc en rupture avec de nombreux indépendants qui, dans ce secteur, gèrent trop souvent des réenregistrements de titres. De plus, nous offrons un travail rapide et efficace, du fait de la petite taille de notre structure et de la passion de ses salariés pour la musique : nous savons conjuguer passion et sérieux. »

FGL atteint un C. A. de 10 à 12 millions, en progression régulière et possède une équipe soudée titulaire d'une vraie culture d'entreprise. « A l'image du secteur de la publicité que je connais bien, le turn-over du personnel est bien trop important dans le métier du disque, et il nous est souvent arrivé

d'apprendre à des salariés de labels concurrents qu'il possédaient tel ou tel titre à leur catalogue » remarque un Thierry Wolf amusé. « La mémoire est pourtant partie prenante de notre métier. »

La société fonctionne avec quatre salariés : Eric Coubard, qui s'occupe de la promotion du rock français et du hard, Nathalie Lallement, qui traite des questions financières,

Céline Pasturel en charge des questions administratives, Thierry Wolf, qui est à la fois « au four et au moulin ». Pour animer les différents labels, FGL fait appel à des consultants extérieurs, qui jouent le rôle de responsables de collection.

En conclusion, Thierry Wolf donne brièvement son avis sur quelques sujets d'actualité : **sur la distribution** : « FGL est fort bien distribué en France par

Arc a de pour ses labels spécialisés, mais il nous arrive de sortir quelques produits chez des majors. »

Sur l'édition : « Le secteur éditorial de FGL a été créé en 1991, mais était quasiment resté en "stand-by" faute de temps à y consacrer. C'est pourtant aujourd'hui l'une de mes priorités et, depuis quelques mois, je multiplie les signatures. Ainsi, FGL conservera sa place



Thierry Wolf

d'acteur-clé du marché, possédant à la fois des masters phonographiques et un catalogue éditorial fort. »

Sur l'export : « Avant mon arrivée, FGL était essentiellement tourné vers l'export, du fait de la spécificité de son catalogue à l'époque. Au fur et à mesure du développement de nos productions françaises et des rachats de catalogues, nous nous sommes concentrés sur le marché national, avec un succès croissant. Aujourd'hui, nous faisons souvent des licences à l'étranger, moyen indispensable pour développer nos artistes hors de l'Hexagone. »

Sur la VPC : « Nous pensions au départ que les ventes club risquaient de phagocytter les ventes des magasins. Ce n'est pas le cas, et il est toujours intéressant de vendre à France Loisirs et à Dial. En interne, nous avons constitué un fichier de 10 000 clients, mais nous ne faisons plus de relance systématique ni de catalogue. Nous ne souhaitons de toutes façons pas nous substituer aux magasins. Si ce type de vente se développe, ce sera par le biais d'Internet, sur lequel nous avons été précurseurs. Nous possédons deux sites consacrés à nos artistes, et voulons proposer à court terme l'ensemble du catalogue à la vente. Cela nous permettra de toucher notre public dans le monde entier. »

Sur le développement du label : « Nous abordons maintenant la dance et la techno, domaines dans lesquels nous avons racheté des catalogues et produit différents disques. Parmi ces derniers, beaucoup sont d'abord travaillés à l'étranger, comme les remixes de Wonderwoman ou de Drôles de Dames, qui ont été licenciés dans 17 pays. Nous les sortirons ensuite en France, forts du succès que nous espérons de l'étranger. Nous développons aussi TV Toons, le catalogue des séries TV américaines produit par TVT Records, la maison de disques de Nine Inch Nails ou des Connells. En France, notre priorité va à quelques groupes dont Parabellum, formation culte de la scène indépendante qui, à l'occasion de sa reformation, a réuni 7000 personnes. L'album live Post-Mortem porte témoignage de l'excellent accueil du public pour ce groupe qui a rendu dans l'ombre près de 100 000 albums avant son "split". Cette année, ils font une tournée de 40 dates en France, avant de partir pour la Suisse puis le Canada. Un nouvel album studio sortira soit fin 98 soit début 99. »

Sur Iggy Pop : « Nous avons déjà quatre excellents albums live d'Iggy ainsi que le film intégral du concert de l'Olympia que nous avons produit, et je ne suis pas certain qu'il soit possible de faire mieux. Mais lorsqu'il s'agissait d'enregistrer récemment un titre pour le générique du dessin animé Les zinzins de l'espace (single paru chez Virgin), c'est tout naturellement vers nous qu'il s'est tourné pour que nous lui trouvions studio et ingénieur du son à Paris. Iggy était un peu la figure emblématique de FGL, il y a quelques années, c'est moins vrai aujourd'hui, mais il fait partie des artistes que nous continuons à chouchouter. »

Pierre-Marie Dufour

Le label vient de signer le fonds de catalogue de la chanteuse Lio, incluant tous les tubes comme *Le Banana Split*, *Amoureux solitaire* ou *Les brunes ne comptent pas pour des prunes*. Par ailleurs, le label publiera le 18 juin le single extrait du nouvel album, *Ganja*. Le choix du distributeur est en négociation. Une tournée de 60 discothèques en juillet et août, le *Fiesta Ganja Tour*, est en phase d'organisation.