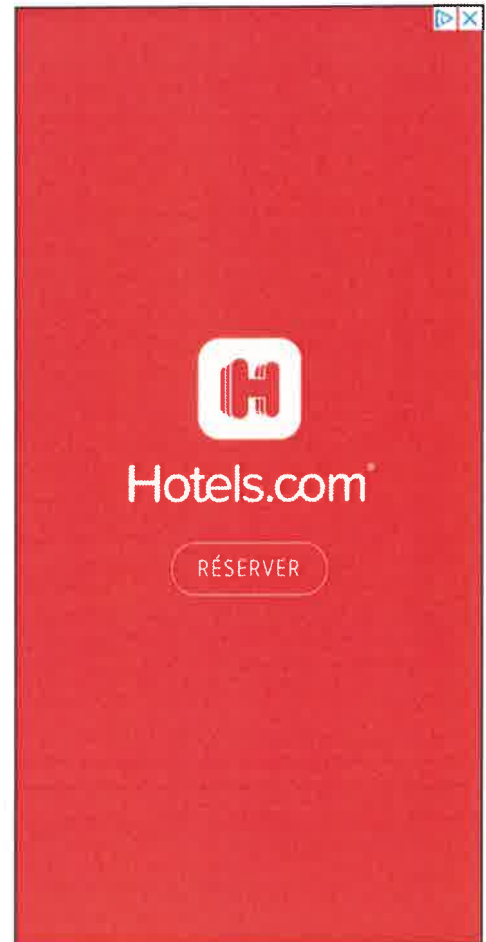


Thierry Wolf (FGL Productions) : « Grâce à notre savoir-faire, nous avons souvent réussi à transformer de la simple glaise en disque d'or »



15 septembre 2022



📌 80' | Tout le monde connaît FGL productions sans le savoir. Dans son catalogue des centaines de musique et de vidéos que l'on a tous entendus ou fredonner. Entretien passionnant avec Thierry Wolf son directeur général.

Quel est le principe de FGL PRODUCTIONS ? Présentez l'entreprise en quelques mots.

Thierry Wolf : Notre société produit et édite de la musique et des vidéos. Nous possédons et avons créé une quarantaine de labels, qui ont chacun leurs spécificités musicales, et nous développons un éditorial particulier autour de styles musicaux. En quarante années d'existence, nous avons donc produit plusieurs milliers de disques et de vidéos à exploiter à travers le monde notamment. Souvent plus à l'étranger qu'en France puisque nos catalogues sont plutôt internationaux. Cela a toujours été l'ADN de la maison. Même si par ailleurs et depuis, nous disposons d'un important répertoire local notamment de tubes français des 80's et de séries T.V made in France.

Depuis quelques années, nous avons aussi mis en place un département pour produire et organiser des spectacles en France et à l'étranger. Nous avons donc aujourd'hui quatre sociétés dont le travail quotidien est la production de contenu pour les plateformes digitales, la création et le développement de chaînes Youtube, les rééditions de séries limitées en vinyles, l'édition musicale pure, la production de musiques pour la publicité ou le cinéma ou les séries T.V (synchronisation) et enfin la conception et la production de spectacles.

Comment est née cette idée ?

T. W. : Trois jeunes passionnés de musiques rêvaient de ne plus être simplement de simples fans de musique mais aussi de participer à cette petite industrie finalement très artisanale et de posséder leur propre magasin, puis leurs labels. Les premières rééditions ont pu permettre de développer le catalogue de la société. Très vite nous avons perdu les associés d'origine et repris l'intégralité du capital de l'entreprise. Depuis 1990, j'ai développé la société en créant de nombreux labels puis en m'intéressant d'abord à la synchronisation de musiques pour l'image, la digitalisation de nos œuvres pour les plateformes et enfin au spectacle vivant.

Quels sont les objectifs de FGL PRODUCTIONS à court terme ?

T. W. : Nous souhaitons reprendre la production de tournées internationales stoppées nettes par d'abord par la Covid puis la guerre en Ukraine. Par exemple, après Paris où nous l'avons présenté au Grand Rex, nous allons partir au Japon avec un spectacle « Francis Lai Story » autour des œuvres de Francis Lai dont nous gérons le catalogue depuis trente années. Puis nous mettrons en place un nouveau spectacle intitulé « Ciné-Mélodie » qui raconte l'histoire de la musique de film, du muet jusqu'à nos jours. Un spectacle dit par le comédien Pierre Richard en voix-off et des musiciens live qui vont interpréter les plus célèbres musiques de films des plus grands compositeurs ayant travaillé pour le cinéma.

Notre objectif immédiat est donc de revenir vers des territoires que nous avons délaissés par manque de temps. Le drame russo-ukrainien nous oblige à réorienter nos efforts. Le temps que nous passions à monter des tournées ou commercialiser des projets en Russie par exemple, nous l'utilisons pour repartir sur des territoires sur lesquels nous étions jadis très implantés, comme le Japon, et que nous avons délaissés par manque de temps.

Comme nous avons décidé de stopper toutes nos activités en Russie, nous pouvons de nouveau aller vers ces autres pays où nous disposons déjà d'un important réseau pour y développer de nouveaux projets. Cela nous offre aussi du temps pour travailler sur les chaînes Youtube que nous avons créé et agrémenter leurs contenus. Cela reste encore embryonnaire mais nous comptons déjà plus de 200.000 abonnés sur l'ensemble de nos chaînes et déjà 130 millions de vues !

Quel est votre modèle économique ?

T. W. : Nous disposons de nombreux catalogues que nous avons soit conçu soit racheté au fur et à mesure des années. Grâce à notre savoir-faire, nous avons souvent réussi à transformer de la simple glaise en disque d'or. Nous nous sommes donc appuyés sur les ventes de nos répertoires, que ce soit sur les plateformes digitales, les supports physiques (qui reprennent de l'importance, en vinyle notamment) et les licences de certaines de nos œuvres pour la synchronisation pour le cinéma, les séries T.V ou la publicité.

Dans notre domaine, nous sommes peut-être le chaînon manquant entre la start-up très cool et la besogneuse mais rigoureuse petite épicerie de quartier. Nous faisons avec ce que nous avons, mais nous faisons bien. Le travail bien fait est une inépuisable source de joie !

Le cash-flow dégagé chaque année par l'important répertoire que nous avons pu acquérir en quarante années permet d'investir sur de nouvelles productions, que ce soit du spectacle vivant ou de nouvelles œuvres qui, à leur tour, sont destinées à rejoindre notre catalogue.

Un nombre important de masters originaux, dont les coûts de production sont déjà amortis, sont donc utilisés sur toutes les plateformes digitales bien sûr mais aussi pour des opérations de synchronisation de spots de campagnes publicitaires ou de séries T.V. Nous continuons également à fabriquer quelques produits physiques principalement des éditions collectors de vinyles pour le marché français et international (notamment USA et UK).

Pourquoi avez-vous choisi de devenir entrepreneur ?

T. W. : Je crois que l'on ne choisit pas de devenir entrepreneur mais l'on né plus ou moins entrepreneur... Je me souviens qu'à l'école primaire, je faisais des cocottes en papier miniatures que je vendais à la récréation afin de récupérer quelques sous pour m'acheter mes premiers disques. Je suis arrivé au sein de la structure FGL PRODUCTIONS comme artiste au travers d'une licence d'un album que j'avais conçu. Le succès de cette production a permis de développer la société qui existait depuis quelques années mais avait été quelque peu maltraitée par des producteurs américains partis avec la caisse de la joint-venture crée pour l'occasion. Je suis juste passé de l'autre côté du bureau.

Ma volonté étant d'essayer de développer cet outil sans pour autant perdre mes valeurs. De réussir à en faire une société pérenne mais un peu « rock-n-roll ». Finalement une compagnie très sérieuse mais qui ne se prendrait pas au sérieux. Un endroit où l'artiste serait toujours respecté mais où il formerait une sorte de grande famille artistique avec nous. Pas une structure où l'artiste viendrait faire un hold-up financier ni une société où les chefs de produits ne s'intéresseraient qu'à la position de leurs « produits » dans les charts ou à la marge bénéficiaire. Ainsi, nous essayons de donner du temps aux projets et les travaillons avec conviction, détermination et surtout une passion profonde. N'étant pas obnubilés par une envie de rentabilité à court terme. Nous pouvons donner du temps au temps...



Par exemple, nous avons dû travailler dix années pour faire renaître des titres comme « 7h du matin » (composé par Jacqueline Taïeb) qui sont aujourd'hui incontournables de spots T.V ou de bandes originales de films et séries pour Netflix ou Amazon Prime ou des marques comme Bentley, Michael Kors, Vuitton, etc... Donc pas seulement en France mais aussi aux USA, Royaume Uni et Australie.

Le chemin a été long puisque nous sommes partis d'une page presque blanche (une gomme, un crayon et deux sacs poubelles avec la compta à l'intérieur). Aidé par une petite stagiaire de 17 ans qui allait plus tard devenir notre directrice financière et qui est encore avec nous aujourd'hui à la direction générale (Nathalie Lallement). Nous avons su construire le « bateau amiral » d'une série de structures toujours totalement autonomes et qui ont su résister à toutes les tempêtes du monde de la musique... La mort du vinyle, puis celle du CD, l'arrivée du téléchargement, puis du streaming, etc. Autant de challenges que nous avons su relever en apprenant sur le tas, ce qui fait qu'aujourd'hui notre expérience est grande.

Le mot « entrepreneur » me va bien car je suis surtout porté par l'envie d'entreprendre. Cela signifie littéralement faire de nouvelles choses. Se soucier de bien connaître son métier et ne pas avoir peur de se réinventer chaque jour avant que de penser à gagner des parts de marché. Lorsque l'on est porté par l'envie de bien faire, alors on peut durer. Le plus difficile n'étant pas d'avoir quelques succès mais bien de durer. Quarante années s'étant écoulées depuis la création de notre première structure, on peut donc se retourner un peu pour observer le travail accompli... Mais pas trop longtemps car nous avons toujours envie de découvrir de nouvelles choses et défricher de nouveaux horizons. Sans jamais se départir de nos valeurs, de l'honnêteté que nous devons à notre public, à nos artistes et nos partenaires.

Dans notre domaine, nous sommes peut-être le chaînon manquant entre la start-up très cool et la besogneuse mais rigoureuse petite épicerie de quartier. Nous faisons avec ce que nous avons, mais nous faisons bien. Le travail bien fait est une inépuisable source de joie !





Thierry Wolf – Directeur de FGL Productions

<<< À lire également : Le succès français « Les Agences de Papa » débarque dans le metaverse avec Varsity®!>>>