

La construction de trajectoires professionnelles à travers la création d'un magazine musical : l'exemple de VoxPop (2007-2012)

Pauline Weiss

▶ **To cite this version:**

Pauline Weiss. La construction de trajectoires professionnelles à travers la création d'un magazine musical : l'exemple de VoxPop (2007-2012). Sciences de l'information et de la communication. 2019. dumas-02571937

HAL Id: dumas-02571937

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02571937

Submitted on 13 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master 1

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

La construction de trajectoires professionnelles à travers la création d'un magazine musical

L'exemple de *VoxPop* (2007-2012)

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Valérie Jeanne-Perrier

Nom, prénom : WEISS Pauline

Promotion : 2018-2020

Soutenu le : 23/05/2019

Mention du mémoire : Très bien

École des hautes études en sciences de l'information et de la communication – Sorbonne Université
77, rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine I tél. : +33 (0)1 46 43 76 10 I fax : +33 (0)1 47 45 66 04 I celsa.fr

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier ma tutrice universitaire, Valérie Jeanne-Perrier, pour m'avoir guidée dès le début de ce mémoire dans la recherche d'un sujet correspondant à mes attentes, qui a su m'imprégner pendant plusieurs mois. Je la remercie également pour ses précieux conseils bibliographiques et pour le prêt de plusieurs numéros de *VoxPop*.

Je remercie sincèrement mon rapporteur professionnel, Stéphane Régy, rédacteur en chef de *Society*. Il m'a permis d'enrichir ce mémoire et m'a apporté de précieux conseils sur sa construction.

Un grand merci à Samuel Kirszenbaum qui a tout de suite accepté de me rencontrer et de me raconter l'histoire de *VoxPop*. Merci également d'avoir mis à ma disposition la totalité des numéros du magazine. Je remercie également les autres cofondateurs de *VoxPop,* Jean-Vic Chapus, Benjamin Durand, Caroline Harleaux et Mathieu Zazzo, qui m'ont accordé de leur temps en répondant à mes questions et en me retraçant l'aventure passionnante de ce magazine.

Je tiens aussi à remercier toutes les personnes ayant participé aux entretiens de ce mémoire : Alexis Bernier, directeur de la publication de *Tsugi*, Nico Prat, auteur et réalisateur pour *Rockyrama,* ayant participé à *VoxPop*, Christophe Moracin, directeur de promotion chez Domino Records France, Matthieu Culleron, journaliste à *France Inter*, Yann Bertrand, journaliste à *France Info*, Stéphane Deschamps, ancien journaliste aux *Inrockuptibles*, Sophian Fanen, cofondateur des *Jours* et Cédric Rouquette, directeur éditorial de *Magic*.

Enfin, merci à mes proches qui m'ont soutenue dans mon travail.

Sommaire

Introduction……..4

I. La création d'un média : un terreau pour le professionnel…….....10

A. Le média comme reflet des aspirations de ses fondateurs…….10
B. Le média reconnu par les pairs……14

II. Des compétences professionnelles in vivo acquises sur le terrain……..……19

A. Au-delà de la contribution journalistique du média, l'aspect technique et entrepreneurial……...…19
B. La légitimité professionnelle : produit de la création du média ?.....21

III. La construction du réseau comme outil fondamental pour la carrière d'un journaliste……...22

A. Le réseau comme premier tremplin pour le professionnel……...…...23
B. Le réseau : outil fondamental aux moments clés d'une carrière ?……...……25

Conclusion…….....28

Bibliographie……...31

Annexes……...35

Résumé……95

Mots-clés……..96

Introduction

En 2015, le *New Musical Express*, magazine musical[1] anglais créé en 1952, est devenu gratuit. Distribué dans les universités et les gares, ce magazine mythique a réussi à perdurer en adoptant un nouveau modèle économique, passant de 15 000 à 300 000 exemplaires, alors qu'en France, la survie des magazines musicaux est de plus en plus discutée[2].

A côté de cette stratégie anglaise, la presse culturelle française est en chute libre[3], et plusieurs magazines musicaux sont contraints de cesser leur publication. Selon le sociologue Jean-Marie Charon[4], le genre des magazines « très vaste et diversifié » ne permet pas d'en donner une simple définition, mais comprend plusieurs grandes caractéristiques : l'importance du visuel, la périodicité et la déconnexion de l'actualité, la segmentation du public, le « contrat de lecture », la valorisation au sein des groupes, et l'internationalisation des concepts. Parmi les magazines, le magazine musical a connu diverses évolutions et formules ces dernières années.

Après cinq ans d'existence et trente numéros, le magazine indépendant « Tout & Musique » *VoxPop* faisait ses adieux aux lecteurs fin 2012. « Une décision pragmatique et romantique », selon le rédacteur en chef de l'époque Jean-Vic Chapus[5]. D'automne 2007, à janvier 2013, *VoxPop* était distribué en kiosques par les Messageries lyonnaises de presse. Pendant cinq ans, le bimestriel a exploré tant l'univers de la musique que des questions de société. Salué par d'autres médias dès le premier numéro[6], *VoxPop* a été contraint de tirer sa révérence, alors que les magazines historiques, tels que *Rock&Folk* et les *Inrockuptibles* (ci-après les *Inrocks*) se maintiennent fragilement aujourd'hui. Si la presse écrite poursuit sa chute de ventes face à la multiplication des médias en ligne, la presse magazine culturelle en fait également les frais[7]. En 2018, la diffusion de *Rock&Folk* était de 28 770 exemplaires par mois, 31 941 exemplaires par semaine pour les *Inrocks,* alors que

[1] Magazine traitant de l'actualité musicale et de divers sujets liés à la musique.
[2] « Sérieux coup de mue pour la presse musicale », *Libération*, 8 juillet 2013.
[3] « Quel avenir pour la presse culturelle en kiosque ? », *Gonzaï*, 26 janvier 2015.
[4] J-M. CHARON, « Introduction », *La presse magazine.* La Découverte, 2008, p. 3-7.
[5] « La fin, la fête et la suite » *Voxpop.com*.
[6] « *VoxPop*, musique au cœur », *Rue89*, 26 octobre 2007.
[7] « Presse : Le papier poursuit sa chute en 2017 », *Europe 1*, 15 février 2018.

Télérama en est à 496 994 exemplaires, par semaine également[8]. Cette presse magazine culturelle est donc contrainte d'adapter ses formules éditoriales. L*es Inrocks* – magazine fondé en 1986, d'abord bimestriel et aujourd'hui hebdomadaire – ont modifié la leur à la rentrée 2017, pour redonner une place plus importante à la culture[9]. *Magic, revue pop moderne* – créée en 1995, d'abord bimestrielle, puis mensuelle depuis 1999 – brièvement arrêtée en 2016, est revenue dans les kiosques en 2017, après un rachat et la mise en place d'une nouvelle formule[10]. A partir de ce constat, il nous est apparu intéressant et pertinent de découvrir les dessous d'un magazine musical : ses acteurs, sa conception, son arrêt. Ce premier aspect va être au cœur de ce mémoire.

A ses débuts, *VoxPop* a offert une formule inédite dans le panorama de la presse magazine musicale française, en donnant une thématique à chacun de ses numéros (« Made in UK », « Musique & Politique », « En ville », « Au cinéma », « Teenage culture »…), qui a su séduire les lecteurs. Derrière le magazine papier, la société – une SARL[11] – Are You Loaded fonctionnait sur trois pôles : le magazine papier, le site internet indépendant du magazine, et l'événementiel, avec l'organisation de concerts. Derrière ce projet se cachaient des jeunes journalistes et photographes, tous passionnés de musique, prêts à se consacrer à la mise en œuvre d'un magazine[12]. Tous sont alors à des stades différents de leurs carrières, et vont être les piliers du magazine à son lancement : Jean-Vic Chapus (rédacteur en chef), Benjamin Durand (rédacteur et reporter), Caroline Harleaux (directrice de la publication), Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo (rédacteurs en chef adjoints et service photo). Certains d'entre eux sont passés par des écoles de journalisme ou de photographie, d'autres par l'université. Dès lors, il semble y avoir un intérêt à étudier de plus près l'impact de la création d'un magazine musical comme *VoxPop* sur leurs trajectoires professionnelles, sous différents aspects.

Avant d'entrer plus en détail dans la manière dont se sont déroulées ces rencontres, la façon dont le magazine s'est créé et son impact, il convient de revenir sur l'historique du magazine et sur ses prémisses. Bien avant *VoxPop*, de la fin des années 1990 à 2006, une partie des futurs cofondateurs ont été occupés par deux fanzines. Tout d'abord *Planet Of*

[8] Selon l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias, en 2018.
[9] « Retour aux fondamentaux pour *Les Inrocks* qui lance sa nouvelle formule », *Le Point*, 30 août 2017.
[10] « Le magazine *Magic* fait son retour en kiosque », *Les Inrockuptibles*, 11 janvier 2017.
[11] Société à responsabilité limitée.
[12] Les membres fondateurs et journalistes de *VoxPop* n'étaient pas payés.

Sound, fondé par Jean-Vic Chapus et Olivier Lamm — aujourd'hui chef du service culture de *Libération* — alors qu'ils n'étaient que lycéens. Ce premier projet sera suivi par *Newcomer*, un fanzine distribué en kiosque et créé par Olivier Barbar. Arrêté à l'aube du cinquantième numéro, le projet *VoxPop* suivra, « découlant complètement de *Newcomer* »[13]. Trois de ses fondateurs, Jean-Vic Chapus, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo, évoquent l'édition 2006 des Transmusicales de Rennes[14] comme moment fondateur pour le magazine. Les premières interviews sont réalisées, notamment celles de Mickey Avalon et de The Horrors, dont ces derniers feront la couverture du numéro 0 de *VoxPop*. Le numéro est lancé en juillet 2007, suivi du premier numéro en novembre/décembre 2007, qui s'attelle à faire découvrir la nouvelle génération de la musique. Un reportage dans un festival portugais, une virée mode suédoise à la rencontre de la marque Acne, le décryptage du rock de Liverpool..., autant de sujets qui imposent la griffe *VoxPop*.



Numéro 0 de VoxPop *de juillet/août 2007. Photo : Samuel Kirszenbaum.*

[13] Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo, le 20 décembre 2018.
[14] Festival international de musique créé en 1979 ayant chaque année lieu au début du mois de décembre.

Le premier numéro de 100 pages se renouvèlera jusqu'à l'ultime numéro 29 de novembre/décembre 2012. « *VoxPop* a vécu sur un nuage pendant cinq années. 30 numéros (en comptant le zéro) pour prouver que le do it yourself vaut au moins autant que le business plan ! Des idées ont jailli. Une équipe et un ton ont émergé. Des liens se sont créés qui dépassent désormais les rythmes des réunions de rédaction et bouclages successifs. Penser, réaliser, éditer et vendre un bimestriel de 100 pages, musique, culture et société, normalement, ça ne devrait pas tenir, dans le paysage actuel plutôt frileux. Le positionner en rupture du circuit promo de référence, préférer le remplir avec des reportages, des histoires et une politique de l'image affirmée, c'est un coup à finir avec des dettes »[15], pouvait-on lire dans le dernier édito.

Avant d'atteindre le cœur du sujet de ce mémoire, il convient de rappeler plusieurs définitions possibles à la notion de carrière, allant au-delà de l'idée d'une succession de postes occupés. En effet, la carrière regroupe d'autres significations, largement développées ces dernières années[16]. La première apparition sociologique du terme de « carrière » remonte à 1948, dans un article d'Oswald Hall publié dans *l'American Journal of Sociology*[17]. Pour Gilles Bastin, professeur de sociologie à l'Institut d'études politiques de Grenoble, « La recherche sociologique sur les trajectoires professionnelles dans les mondes sociaux a de longue date mis en évidence la double nature, à la fois objective et subjective, de ce qu'il est convenu d'appeler la « carrière » des individus qui traversent ces mondes »[18]. Le sociologue interactionniste Howard S. Becker, qui s'est attaché à utiliser la dimension sociale dans ses analyses des interactions entre individus, considérait une carrière déviante à travers la « dimension objective », reflétant une situation officielle, et la « dimension subjective » qui va interroger sur l'impact subjectif qu'une carrière peut avoir sur un individu[19]. Erving Goffman a quant à lui mis en avant la dimension morale de la carrière : « Des modifications qui interviennent dans la personnalité du fait de cette carrière et aux modifications du système de représentation par lesquelles l'individu prend

[15] Extrait de l'édito du numéro 29 de *VoxPop*.
[16] M. DARMOND. « La notion de carrière : un instrument interactionniste d'objectivation », *Politix*, 82-2, 2008, p. 149-167.
[17] G.BASTIN, « Gravitation, aléa, séquence : Variations sociologiques autour du concept de Carrière » In D. DEMAZIERE & M. JOUVENET : *Andrew Abbott et l'héritage de l'école de Chicago,* Vol. 2, Paris, Éditions de l'EHESS, 2016, p. 195-216.
[18] G.BASTIN, « Analyser les carrières de journalistes dans les mondes de l'information : propositions pour une enquête indirecte sur le réseau LinkedIn », in C. Leteinturier et C. Frisque (dir.), *Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses qualitatives*, Editions Panthéon-Assas, 2015, p. 203-228.
[19] H.S. BECKER, *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, A.M Métailié, 1985 (1963).

conscience de lui-même et appréhende les autres »[20]. Étroitement liée à la carrière, la notion d'identité professionnelle est importante. Selon Anne-Marie Fray, professeure en gestion des ressources humaines, l'identité professionnelle fait référence à trois éléments : « Le monde vécu du travail : la situation objective de travail et la signification que lui accorde l'individu ; les relations de travail : la perception subjective des relations interpersonnelles et le sentiment d'appartenance aux groupes informels ; les trajectoires professionnelles et la perception de l'avenir : description des différentes étapes et des changements afférents à l'activité professionnelle »[21].

A travers ce magazine, son histoire et ses fondateurs, nous analyserons la manière dont la création d'un magazine musical peut s'affirmer comme un tremplin dans une carrière professionnelle.

Avant d'entamer ce travail de recherches de plusieurs mois et de rencontrer les instigateurs de *VoxPop*, plusieurs hypothèses ont pu être formulées. Tout d'abord, il peut apparaître que les carrières professionnelles se construisent grâce à un réseau longuement élaboré. Ce réseau peut s'acquérir pendant les études et dans des sphères plus privées, de loisirs. Il va bénéficier aux journalistes à des moments importants d'une carrière. La création d'un magazine en pleine période de crise de la presse est un défi, et peut s'avérer être un gouffre financier. *VoxPop* a été lancé pendant l'été 2007, alors que la presse papier était déjà en déclin. Créer un média peut permettre une reconnaissance particulière dans le milieu professionnel. Enfin, une autre hypothèse peut être exploitée. L'investissement dans la création d'un média, bien que très difficile, permet ensuite au professionnel de s'assurer une vitrine.

Ce mémoire se fonde avant tout sur des entretiens semi-directifs menés avec les personnes ayant pensé, créé et fait vivre le magazine *VoxPop* : Jean-Vic Chapus, Benjamin Durand, Caroline Harleaux, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo, aujourd'hui respectivement rédacteur en chef de *So Film*[22], documentariste vidéo pour des chaînes de télévision nationales, responsable du développement pour une société de synchronisation de musique à Manchester, photographe et professeur d'anglais, et photographe. Avec des

[20] E. GOFFMAN, *Asiles*, Paris, Éditions de Minuit, 1968.
[21] A-M. FRAY, et S.PICOULEAU « Le diagnostic de l'identité professionnelle : une dimension essentielle pour la qualité au travail », *Management & Avenir*, 38-8, 2010, p. 72-88.
[22] Magazine de cinéma créé en 2012.

rédacteurs alors âgés de 20 à 30 ans, le magazine a permis en outre de mettre en lumière de jeunes journalistes, comme Nico Prat.

Afin de mettre en perspective le sujet et la reconnaissance qu'a pu avoir – et a toujours – *VoxPop*, il était essentiel d'aller à la rencontre de ses créateurs, de journalistes et autres professionnels ayant suivi ce projet, de près ou de loin. Christophe Moracin, directeur de promotion chez Domino Records France, a eu l'occasion de collaborer à plusieurs reprises avec *VoxPop*. Six ans après la fin de sa publication, son nom évoque encore quelque chose pour les professionnels du milieu, et notamment pour des journalistes culturels et musicaux que nous sommes allé interroger (*Radio France*, *Les Inrockuptibles*, *Les Jours*…). Il a donc été nécessaire d'aller discuter de *VoxPop* avec eux.
A la même période que *VoxPop*, a été lancé *Tsugi*, diffusé à près de 24 000 exemplaires[23]. Ce magazine mensuel musical a intégré le groupe So Press en mars 2018. Alexis Bernier, directeur de la publication, a également répondu à nos questions dans le cadre des entretiens menés.

Pour cela, nous analyserons l'aventure *VoxPop*, en la lisant tout d'abord comme un exemple de création d'un média comme d'une vitrine pour une carrière professionnelle. Ensuite, nous nous intéresserons aux compétences professionnelles acquises sur le terrain par ses membres fondateurs. Et enfin, nous nous attarderons sur la construction d'un réseau professionnel comme outil fondamental pour la suite d'une carrière journalistique.

[23] « So Press accélère la cadence », *Le Monde*, 5 mars 2018.

I. La création d'un média : un terreau pour le professionnel

Fruit des ambitions de ses fondateurs, le média (dans notre cas d'études, le magazine *VoxPop*), peut participer à la création et à l'envolée d'une carrière. Il doit également être visible et jugé par les autres professionnels du milieu.

A. Le média comme reflet des aspirations de ses fondateurs

Créer son propre magazine relève souvent d'un défi porté par des passionnés, souhaitant faire exister un magazine dans lequel ils se reconnaitraient. Pour *VoxPop*, le magazine idéal devait privilégier et combiner deux éléments essentiels : le long-format et la place importante laissée à la photographie, puisque parmi les cinq cofondateurs, deux sont photographes de formation (Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo). *VoxPop* devient alors le journal que ses cofondateurs voulaient voir et ne parvenaient pas à trouver dans la presse musicale de l'époque.

Jean-Vic Chapus évoque l'envie de « faire du reportage et d'avoir une vision un peu sociétale »[24], en arrêtant de faire des chroniques de disques qu'il jugeait alors (et juge encore aujourd'hui) inutiles. Au-delà de ces choix éditoriaux se dresse le constat d'une presse musicale, au sein de laquelle les fondateurs ne se retrouvent pas forcément : « Je trouve que la presse musicale à cette période-là a un côté très technique, elle ne sait pas raconter des histoires, elle raconte des trucs à des spécialistes »[25].

La conception d'un média, avant son aspect rédactionnel, implique tout d'abord le choix d'un format. Le dévolu de la rédaction s'est alors porté sur un format plus grand que celui des autres magazines musicaux français actuels, mais se rapprochant des mesures du magazine anglais i-*D*[26]. Samuel Kirszenbaum estime avoir fait « le journal qu'on voulait lire »[27], en adoptant une identité visuelle forte. « On publiait les photos qu'on voulait. On faisait les photos qu'on voulait »[28], souligne Mathieu Zazzo.

Dans le numéro 0 datant de juillet 2007, l'édito des créateurs, par la voix de Jean-Vic Chapus, met en avant un magazine papier qu'ils espèrent « aussi agréable à lire que

[24] Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, le 20 décembre 2018.
[25] *Ibid.*
[26] Magazine bimensuel créé en 1980 par Terry Jones, ancien directeur artistique de *Vogue*.
[27] Entretien réalisé avec Samuel Kirszenbaum, le 20 décembre 2018.
[28] Entretien réalisé avec Mathieu Zazzo, le 20 décembre 2018.

novateur »[29]. La revue a « trait à l'actualité musicale et à la culture au sens le plus large ». Dans cet édito fondateur sont développées les trois lignes fondatrices de *VoxPop* : « Une place toujours plus importante aux longs entretiens s'attardant autant sur la personnalité des artistes rencontrés que sur leur œuvre ; une écriture photographique exigeante qui, alliée à une mise en page épurée et claire, reste la garante de l'esthétique affirmée de la revue ; un ton subjectif et des prises de position affirmées ayant pour but de mettre en avant une « politique des auteurs » sur le front des scènes musicales. Mais la nouveauté de cette nouvelle parution sera de ne pas se limiter à la musique tant en qu'actualité ou façon d'affirmer ses goûts et inclinaisons esthétiques »[30].

Caroline Harleaux rappelle un autre aspect important de *VoxPop* : que la société Are You Loaded, rattachée au magazine, organise aussi des concerts et un site web. « Pour nous, ça devait être le reflet de quelque chose de vivant »[31].



[29] Édito du numéro 0 de *VoxPop*, par Jean-Vic Chapus.
[30] Édito complet à lire en annexe, page 36.
[31] Entretien réalisé avec Caroline Harleaux, le 28 avril 2019.

Numéro 1 de VoxPop *de novembre/décembre 2007. Photo : Mathieu Zazzo.*

Pour comprendre l'organisation du magazine, il convient de revenir plus en détail sur sa formule, en prenant l'exemple du premier numéro. Le magazine présente d'abord un nouvel artiste à travers sa rubrique « Newcomer » (ici Kate Nash). Le numéro comporte ensuite des petites rubriques comme « horoscope », « décryptage », « hit parade », mais également d'autres plus classiques comprenant interviews, articles, reportages… Dans *VoxPop*, les reportages tiennent d'ailleurs une place importante, et sont en général réalisés à l'étranger (ici Stockholm, Liverpool, Williamsburg). Ils sont souvent produits par des correspondants à l'étranger contribuant à *VoxPop*. Un portrait se trouve toujours en deuxième partie de magazine (ici celui du producteur Valéry Zeitoun). L'autre caractéristique de *VoxPop* est, rappelons-le la photographie. Les couvertures — à l'exception de l'avant-dernier numéro où la couverture d'Eugene McGuiness et Passion Pit a été faite par Delphine Ghosarossian — sont réalisées par Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo. Tout au long du magazine, les photographies, et notamment les portraits, prennent en général une demie-page, voire une page pour les longs entretiens[32] et s'articulent complètement avec le texte.

[32] Exemples de photographies à retrouver en annexe pages 39-40.



Sommaire du numéro 1 de VoxPop.

Des années plus tard, les avis des cofondateurs restent les mêmes : ils ont conçu le magazine qu'ils souhaitaient et dont ils sont toujours fiers. Jean-Vic Chapus nous a confié (non sans humour) que le dernier numéro est « quasiment le meilleur numéro de magazine lu ces dix-quinze dernières années »[33].

Ainsi, le magazine peut apparaître particulièrement stimulant pour le journaliste et contribuera à la fois à son appartenance au métier, mais aussi à sa satisfaction personnelle. Jean-Vic Chapus s'en rappelle comme ses « meilleures années professionnelles »[34] : « A cette période de ma vie, je me sentais complètement à ma place. Le fait que vous ne gagnez pas d'argent et tout ça, c'est pas grave. Vous êtes à votre place, vous ne voulez pas

[33] Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, le 20 décembre 2018.
[34] *Ibid*.

faire autre chose. Il y a des fois où vous avez des postes et vous êtes très bien payé. Ce que j'ai fait après, parce que j'étais très bien payé mais je ne me sentais pas du tout à ma place ».

B. Le média reconnu par les pairs

Créer un média implique d'une certaine manière une recherche de reconnaissance de la part du reste du milieu professionnel. Dès lors, la profession devient étroitement liée à la notion de collectif d'appartenance[35]. Selon Yves Clot, psychologue du travail, « l'intersubjectivité de le reconnaissance est constitutive du métier »[36]. Christophe Dejours définit la « reconnaissance » de cette manière : « Celle-ci peut prendre des formes matérielles, le salaire, les primes, etc, mais elle peut aussi prendre des formes symboliques. Il est important de saisir que c'est la dimension symbolique de la rétribution qui est ici de très loin la plus importante et non la rétribution matérielle. Cette rétribution prend une forme spécifique dans le travail, c'est la reconnaissance »[37].

Samuel Kirszenbaum explique l'importance de cette reconnaissance : « Mon objectif c'était pas qu'on arrive et que les gens fassent *« Ah c'est très bien, tu fais un magazine »*. Non. C'est que les gens disent « *Ah mais* VoxPop*, c'est toi* ». Anticiper le truc et envoyer *VoxPop* à la terre entière, dans toutes les rédactions. Qu'il y ait une grande table au milieu du *Monde*, *Libé* il y en avait deux-trois aussi »[38]. Mathieu Zazzo évoque « le regard des gens qui change complètement »[39], une fois qu'ils comprennent qui se trouve derrière le magazine.

D'après Samuel Kirszenbaum[40], cette reconnaissance des autres rédactions a servi dans la carrière professionnelle : « On était pas du tout le plus gros magazine du monde, mais au moins les gens savaient qu'avec nous, ils seraient pas déçus. Et globalement c'est ça qui nous a servi après dans notre carrière professionnelle, que ça soit *Stylist*, *So Film*[41]… En

[35] C. DEJOURS, « Vulnérabilité psychopathologique et nouvelles formes d'organisation du travail (approche étiologique) », *L'information psychiatrique*, 83-4, 2007, p. 269-275.
[36] Y. CLOT, *Travail et pouvoir d'agir,* Paris, PUF, 2008.
[37] C. DEJOURS, « Vulnérabilité psychopathologique et nouvelles formes d'organisation du travail (approche étiologique) », *L'information psychiatrique*, 83-4, 2007, p. 269-275.
[38] Entretien réalisé avec Samuel Kirszenbaum, le 20 décembre 2018.
[39] Entretien réalisé avec Mathieu Zazzo, le 20 décembre 2018
[40] Entretien réalisé avec Samuel Kirszenbaum, le 20 décembre 2018.
[41] Jean-Vic Chapus a occupé le poste de rédacteur en chef dans ces deux rédactions.

gros on est capable de gérer un certain nombre de choses, curieux, ouverts d'esprit, et on sait s'adapter ».

Venant de la hiérarchie, les gratifications et rétributions symboliques rendent « utile » le travail des personnes concernées, et l'appartenance au métier se fait grâce aux jugements des confrères[42].

Le comité éditorial d'un magazine entretient également des liens étroits avec des labels, sociétés de productions de concerts et d'évènements musicaux. Durant les années *VoxPop*, Christophe Moracin, ancien attaché de presse pour Pias[43] et actuellement directeur de promotion chez Domino Records France[44], se souvient de sa collaboration avec *VoxPop*, notamment concernant les artistes Eugene McGuiness et Anna Calvi[45], un choix qui révèle pour lui que « *VoxPop* sortait des sentiers battus ». Pour cette dernière, la couverture réalisée par *VoxPop,* pour le 18ème numéro, a été importante : « La couverture a eu lieu deux trois-mois avant son album. Ça a vraiment lancé la carrière d'Anna, dans le sens où derrière il y a eu la couv des *Inrocks*, mais ça a été sa première couv. Le départ, c'est cette Une. Il y a eu un « *effet starter* ». Je dis pas qu'Anna Calvi n'aurait pas existé sans ça… ». Il porte encore un regard très positif sur le magazine : « C'est la dernière tentative en presse musique : avoir essayé de trouver des thématiques, se creuser et sortir des sentiers battus. […] On va dire que le disque c'est pas simple, la presse c'est pas simple, et *VoxPop* est une des dernières périodes où on a naïvement cru que la culture l'emporterait ».

D'autres consœurs journalistes se remémorent bien de cette période. Sophian Fanen, cofondateur des *Jours*[46], se souvient d'un « magazine utopique, dans le bon sens du terme » : « C'est un magazine qui a essayé et a souvent réussi à mêler société et musique, à considérer que la musique et les musiciens c'est pas juste un album qui sort tous les trois ans, une tournée et un dossier de presse que tout le monde recrache. Il y a pleins de vies, d'histoires, de métiers derrière. Je me rappelle d'un super dossier de *VoxPop* sur les avocats de la musique »[47].

[42] Y. CLOT, *Travail et pouvoir d'agir,* Paris, PUF, 2008.
[43] Maison de disques indépendante fondée en 1983.
[44] Label indépendant anglais fondé en 1993, dont la branche française a été fondée en 2010.
[45] Entretien réalisé avec Christophe Moracin, le 26 avril 2019.
[46] Site web d'information fondé en 2016 par des anciens journalistes de *Libération*.
[47] Entretien réalisé avec Sophian Fanen, le 6 mai 2019.

Au-delà de la presse écrite, *VoxPop* a également trouvé un écho jusque chez des journalistes radio de Radio France. Matthieu Culleron (*France Inter*) côtoyait les journalistes de *VoxPop* à cette période. Il en parle comme « une nouvelle offre plutôt intelligente et innovante et qui mélangeait des « newcomer » type The Horrors et qui rendait hommage à des figures tutélaires du rock. Et puis il y avait la dimension photographique qui était importante »[48].

Journaliste musique à *France Info*, Yann Bertrand garde aussi de bons souvenirs de *VoxPop :* « Une nouveauté en terme de magazine culturel. On a des vieux magazines comme les *Inrocks*, *Rolling Stone*, *Rock&Folk*, avec des critiques d'albums, des choses assez figées. Et des gens qui avaient mon âge, parlaient des mêmes choses que moi, parlaient de la musique en la recontextualisant dans la société. Il n'y a avait pas d'élitisme apparent. C'était la liberté »[49]. Pour lui, c'est l'aspect sociétal voulu par le magazine à l'époque qu'il est difficile de retrouver dans la presse musicale actuelle : « Je n'ai pas encore trouvé le magazine musical qui comme *VoxPop* pouvait parler de la musique sous un prisme un peu plus sociétal, avec des grands débats, des thèmes, comme musique et sport, musique et politique… Le magazine musical dans lequel je me retrouve le plus, c'est pas vraiment un magazine musical, c'est *Society*. Je pense que c'est une façon de penser l'actualité qui est assez jeune. On va faire des thématiques assez pop, rigolotes, mais sur des sujets sérieux »[50].

Journaliste aux *Inrockuptibles* de 1990 à 2018, Stéphane Deschamps porte un regard large « très négatif » [51] sur la presse musicale, et sur une presse culturelle magazine assez logiquement vouée à l'échec, selon lui. Il y a encore quelques années, *VoxPop* proposait à ses yeux « de bonnes idées de sujets et de belles photos […] Je me disais, pourquoi on y a pas pensé aux *Inrocks* ? », rajoute-t-il.

Si le constat de la réussite de *VoxPop* est bien celui d'un renouveau dans la presse musicale française, les confrères journalistes sont assez critiques envers la presse musicale française de 2019. Évoquant une presse musicale papier « jamais délirante », Sophian Fanen cite deux magazines musicaux notables aujourd'hui : *Soul Bag* et *New Noise*. Matthieu Culleron mentionne une presse papier musicale « mourante qui n'existera plus

[48] Entretien réalisé avec Matthieu Culleron, le 2 mai 2019.
[49] Entretien réalisé avec Yann Bertrand, le 1er mai 2019.
[50] *Ibid.*
[51] Entretien réalisé avec Stéphane Deschamps, le 2 mai 2019

dans quelques années, voire quelques mois. Les chiffres sont catastrophiques. Maintenant, tout passe par les réseaux sociaux ».

Le web viendrait alors contrebalancer la presse musicale papier. Si les journalistes musicaux peinent à avoir des références de magazine musicaux, ils se tournent plutôt vers le web : signatures reconnues, sites de prédilection, en général anglo-saxons, comme *Pitchfork*[52].

Rare optimiste, Cédric Rouquette, du comité éditorial de *Magic* porte un regard plus nuancé : « Je pense que la presse papier a un avenir dans deux directions : la presse de marque comme le *New York Times*, et les médias de niche, dont *Magic,* et les revues musicales. Pour que cela fonctionne, il faut des équipes passionnées. Il ne faut pas faire un magazine juste pour sortir un magazine, et ensuite il faut le faire, en tout cas, en prenant acte que nous sommes des artisans, des petites équipes qui croient à ce qu'elles font, qui optimisent leur potentiel et ne vont pas courir à un modèle révolu. Je crois aux magazines très insérés dans leurs écosystèmes qui travaillent intelligemment, pas en reproduisant les modèles d'antan »[53].

Il semble à ce stade pertinent de prendre comme élément de comparaison un autre magazine musical, ayant vu le jour à quelques semaines d'intervalle. A la même période que *VoxPop* se lançait le magazine *Tsugi*. Lui perdure aujourd'hui, mais uniquement grâce aux actions mises en place à côté du magazine.

Le parcours des fondateurs est bien différent puisqu'au moment du lancement du magazine, le directeur de la publication, Alexis Bernier, ancien chef adjoint du service culture de *Libération*, a quarante ans. Au-delà de l'envie de créer son magazine, il prend en compte la crise subie par la presse : « Il fallait penser cette presse comme une vitrine et garder l'argent ailleurs, autrement pour pouvoir l'injecter dans cette vitrine, qui est bien jolie, mais qui est un puits sans fond de pertes et qui n'est fait que pour quelques passionnés que nous sommes »[54]. La création de *Tsugi* est appuyée par des proches ayant investi dedans, pour la plupart encore membres du comité rédactionnel et éditorial aujourd'hui. « Des amis, tous passionnés et salariés du journal », détaille Alexis Bernier. Pour faire perdurer le magazine, il a donc fallu créer plusieurs entités : « L'organisation de

[52] Webzine américain créé en 1995.
[53] Entretien réalisé avec Cédric Rouquette, le 11 mai 2019.
[54] Entretien réalisé avec Alexis Bernier, le 23 avril 2019.

soirées, le travail pour d'autres, notamment des marques mais aussi d'autres médias[55], la gestion d'une salle de concert[56]… »[57].

L'année dernière, *Tsugi* a intégré le groupe So Press[58], après dix années d'indépendance. En plus du magazine mensuel, *Tsugi* vit grâce à son site web et une web radio, lancée en 2015.

Alexis Bernier se souvient aussi très bien de *VoxPop* : « On l'avait soutenu à l'époque. On en parlait chaque fois qu'on pouvait, parce que c'était une aventure de presse qui était aussi proche de la nôtre, à une différence près, c'est qu'elle était faite par des gens plus jeunes. Les motivations étaient peut-être les mêmes, mais enfin ça s'exprimait de manière un peu différente, c'est-à-dire que nous on était très préoccupés par l'idée de trouver un modèle économique vraiment pertinent et qui permette de tenir le coup. Je pense pas que c'était leur préoccupation principale. C'était de faire le journal qu'ils avaient envie de faire, de s'amuser, et voilà. Donc c'est vrai que clairement je pense pas qu'on avait envie de faire le même journal, mais ça n'empêche pas qu'on était ravis qu'ils existe ». Son poste ne l'empêche pas de porter un regard très négatif sur la presse actuelle, « moribonde », et questionne même l'utilité de porter à bout de bras la publication d'un magazine : « Il y a un moment où je me dis « *Mais je gagne bien ma vie en faisant autre chose, pourquoi est-ce que je m'embête à tout perdre dans la presse ?* ». Et donc il y a peut-être un moment où il faut arrêter de faire de la presse, parce que ça n'intéresse personne, personne veut la lire »[59].

Ainsi, le média petit devenir un terreau pour le journaliste et participer directement à sa trajectoire professionnelle. Il peut correspondre à ses envies, ses goûts, sa vision du métier. A une autre échelle, il peut avoir un impact sur l'ensemble du milieu professionnel et permet d'être perçu différemment, et positivement, par des pairs travaillant dans d'autres médias. Il en résulte également la capacité à marquer dans le temps, puisque plusieurs années après, le nom *VoxPop* signifie toujours quelque chose.

[55] *Tsugi* réalise chaque samedi le cahier Musique de *Libération*.
[56] Le Trabendo, dans le XIX^{e} arrondissement de Paris.
[57] Entretien réalisé avec Alexis Bernier, le 23 avril 2019.
[58] Société d'édition de presse indépendante comprenant *So Foot*, *So Film, Society, Tsugi, L'Etiquette*…
[59] Entretien réalisé avec Alexis Bernier, le 23 avril 2019.

II. Des compétences professionnelles in vivo acquises sur le terrain

Si l'idée de créer son média n'est pas anodine, tout ce qui se cache derrière la mise en place d'un magazine n'est pas forcément inné pour ses fondateurs, au début. C'est l'expérience qui va leur permettre d'acquérir des connaissances techniques et de leur conférer des responsabilités encore inconnues auparavant. Les compétences acquises à travers une telle expérience vont donc permettre une légitimation professionnelle particulière.

A. Au-delà de la contribution journalistique du média, l'aspect technique et entrepreneurial

Le média ne reflète pas uniquement un contenu rédactionnel, mais une vraie entreprise. Tout média implique une grande responsabilité à travers des postes (directeur de la publication, rédacteur en chef, adjoint, rédacteur…) aux obligations différentes. Selon les cofondateurs du magazine en question, imaginer le magazine souhaité n'est pas le plus compliqué, contrairement à la société se cachant derrière. Plusieurs questions ont dû être posées au préalable : quel budget, quel type de statut adopter… A la différence du précédent fanzine *Newcomer*, il a fallu, pour *VoxPop,* prendre en compte des coûts de fonctionnement : loyer, frais d'impression, publicité. « Nous étions producteurs de contenu, pas créateurs », explique Jean-Vic Chapus. A ses débuts, l'équipe s'est appuyée sur Caroline Harleaux et Benjamin Durand, qui avaient déjà créé leur structure d'événementiels au cours de la période *Newcomer* : une association pour organiser leurs concerts. « C'est eux qui nous ont amené le côté sérieux », souligne Jean-Vic Chapus. « Nous, on voulait faire des photos et des articles : un magazine », explique Samuel Kirszenbaum. Les autres fondateurs ne souhaitant pas de poste à responsabilité dans l'entreprise, Caroline Harleaux devient directrice de la publication, jusqu'au douzième numéro de novembre/décembre 2009.

Au lancement du magazine, les deux plus jeunes cofondateurs, Caroline Harleaux et Benjamin Durand, ont bénéficié d'une aide de l'État afin de suivre des formations pour

acquérir des principes élémentaires relatifs à la création d'entreprise, avec la condition que les deux possèdent au moins 51% des parts de l'entreprise. « Je finissais tout juste mes études et j'ai pris quelques mois pour écrire le business plan et bénéficier de cours/conseils en gestion d'entreprise et comptabilité, grâce à une aide de l'État pour les créateurs d'entreprise de moins de 25 ans », se souvient Caroline Harleaux[60]. Elle évoque aussi la « polyvalence » nécessaire à l'édition d'un magazine, comme la compréhension du journalisme, des maisons de disque, de la publicité, de la comptabilité, de la distribution en kiosques, des impôts… Le poste qu'elle occupe aujourd'hui au sein de l'entreprise anglaise Woodwork Music lui permet de lier musique, films et formats de fiction, en collaborant avec des agences de publicité. Ayant occupé différents postes dans le marketing, la publicité et le mécénat depuis son arrivée en Angleterre en 2010, ses postes ont toujours été plus ou moins liés à la culture. « J'ai une approche de la culture très pragmatique. Sans public, sans échanges, sans structures, sans financement, elle ne porte pas ses fruits. D'où mon engagement dans le financement, la presse, le marketing », raconte Caroline Harleaux.

Les fondateurs de *VoxPop* mettent en avant la difficulté de faire vivre quotidiennement une entreprise. Mathieu Zazzo est revenu dessus : « Pour tous les numéros, on se demandait si on allait sortir un numéro, combien d'argent on allait perdre… »[61]. Le magazine a tout de même perduré de 2007 à début 2013 (en kiosques) en reposant notamment sur le fait qu'il n'y avait pas de salaires, hormis les charges comme l'impression du magazine, les envois, le loyer et le salaire du chef de publicité[62]. « Et les frais photos quand le magazine pouvait les payer, quand c'était pas nous qui les payions »[63], ajoute Samuel Kirszenbaum. C'est grâce à cela que le magazine a pu perdurer, s'accordent à dire les cofondateurs. D'un investissement de 15 000 euros au lancement, l'aventure se termine avec 1000 euros, et donc 14 000 euros de perte : « rien », selon eux.

Créer et faire durer le magazine souhaité peut aussi se heurter à la pression de facteurs extérieurs. Au début de *VoxPop*, la rédaction avait choisi de ne pas faire de chroniques de disques. « L'autre moitié on a été obligé de le faire. On a craqué sous la pression bénéfique de la pub… Parce qu'il y avait un peu de pub, des labels. Et moi je

[60] Entretien réalisé avec Caroline Harleaux, le 18 avril 2019.
[61] Entretien réalisé avec Mathieu Zazzo, le 20 décembre 2018.
[62] *Ibid*.
[63] Entretien réalisé avec Samuel Kirszenbaum, le 20 décembre 2018.

disais qu'on est obligé d'en faire, parce que c'est comme ça que les gens peuvent prendre de la pub. Disons logiquement que ça peut les intéresser de prendre de la pub dedans. En fait, ça les intéressait moins que d'avoir une critique de l'album de cet artiste sur un huitième de page. Et finalement, vous vous rendez compte que les articles, les photos sont qu'une petite donnée dans des milliers d'autres données qui peuvent déterminer l'existence d'un journal. Il y a des données techniques, des données humaines, des données de conjoncture. »[64], explique Jean-Vic Chapus.

B. La légitimité professionnelle : produit de la création du média ?

Rédacteur en chef du magazine *So Film* depuis 2014, Jean-Vic Chapus avait déjà occupé ce poste à plusieurs reprises, depuis l'aventure *Newcomer*. *VoxPop* a pourtant marqué un tournant : « C'est assez étrange parce qu'on a jamais été payés dans *VoxPop*. C'est plutôt des années financièrement difficiles, où il fallait beaucoup bosser à côté pour vivre. Mais ça reste le meilleur truc, parce que justement, je pense qu'avant *VoxPop*, enfin en tout cas si je prends les derniers *Newcomer*, je savais pas réellement ce que c'était qu'un métier de rédacteur en chef »[65]. Lui-même estime que créer un magazine a servi par la suite : « Quand on m'a proposé le poste, [rédacteur en chef de *Stylist*[66]] il y avait huit personnes qui étaient beaucoup plus prestigieuses que moi. Et finalement, c'est moi qui ai eu le poste, parce que finalement, créer un magazine… ». La supervision de la chaîne de production du magazine, de la création d'un numéro à sa sortie de chez l'imprimeur, a fait partie de la routine de l'équipe de *VoxPop*.

Au-delà de la légitimité professionnelle, la création d'un magazine a des effets sur le plan humain. Une expérience qui créé des liens forts, mais pas forcément faciles à contrôler quotidiennement selon Mathieu Zazzo : « Maintenant qu'il n'y a plus *VoxPop*, c'est plus apaisé, et plus simple aussi, parce qu'il n'y a pas d'intérêt commun en jeu »[67].
La légitimité créée par le média va également permettre à l'individu, une reconnaissance de soi, à travers l'accomplissement d'un travail. Selon Yves Clot, « Se reconnaître dans ce qu'on a fait c'est aussi être assuré de l'utilité sociale de l'objet ou du service comme de sa

[64]Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, le 20 décembre 2018.
[65] *Ibid.*
[66] Hebdomadaire féminin gratuit lancé en 2013 par le groupe Marie-Claire.
[67]Entretien réalisé avec Mathieu Zazzo, le 20 décembre 2018.

qualité »[68]. Au moment de lancer *VoxPop*, Caroline Harleaux était tout juste diplômée : « Personnellement, je pense qu'une expérience professionnelle aussi intense à un jeune âge m'a permis d'apprendre vite, de ne pas me laisser impressionner, de gagner en confiance », estime-t-elle.

Sur le plan individuel, ce type d'aventure peut aussi forger une personnalité. Pour Benjamin Durand, *VoxPop* a surtout permis de mettre son courage à l'épreuve : « Ça apprend la confiance en soi, l'échec aussi, parce que l'échec est super important ».
Il semblerait aussi, au vu des entretiens menés au cours de ce mémoire, que l'expérience de la création d'un magazine transcende l'aspect professionnel et impacte directement l'individu et sa légitimité personnelle, comme l'explique Benjamin Durand. « J'étais capable de faire partie d'une aventure qui a monté une entreprise, d'obtenir, tout provincial que j'étais, un minimum de respect de gens de maisons de disque, en tout cas de gens qui sont la matière première de ce qui me plaisait le plus, c'est-à-dire la diffusion de la musique que j'aime, donc moi à partir de ce moment-là, c'était déjà une super victoire. Et le bonheur d'aller à tous les concerts dont je rêvais, que je voyais uniquement dans les pages annonces de *Rock&Folk* quand j'étais gamin, alors que je savais pertinemment que je ne pouvais pas y aller ».

La création d'un magazine va donc permettre à ses fondateurs de comprendre le fonctionnement d'une entreprise de presse, élément pas toujours évident en étant simple rédacteur dans un journal ou un magazine. Outre l'aspect journalistique, l'aspect technique et la polyvalence sont des éléments à prendre en compte au moment de créer un média. Ce travail multidimensionnel va permettre d'acquérir rapidement de nombreux savoirs et donc de participer à la légitimité professionnelle de l'individu.

III. La construction du réseau comme outil fondamental pour la carrière d'un journaliste

Comme exposé au préalable dans l'introduction de ce mémoire, un élément est essentiel à prendre en compte en étudiant les trajectoires professionnelles, en particulier journalistiques. Le réseau va être nécessaire lors de la création du magazine.

[68] Y. CLOT, *Travail et pouvoir d'agir,* Paris, PUF, 2008.

Il va se créer autour de relations déjà acquises. Il sera ensuite intéressant de questionner de quelles manières le réseau peut être utile à certains moments d'une carrière.

A. Le réseau comme tremplin pour le professionnel

Le réseau s'acquiert dès les études et peut permettre de tisser des liens privilégiés, pouvant aboutir à une collaboration professionnelle. Dans le cadre de *VoxPop*, la rencontre entre les futurs fondateurs s'est effectuée de cette manière. Jean-Vic Chapus et Samuel Kirszenbaum se sont rencontrés pendant leurs études d'anglais, au moment où le premier participait au fanzine *Planet Of Sound*. Mathieu Zazzo entre ensuite dans la sphère de ce fanzine, en étant introduit par un camarade de l'École Lumière, où il étudie. Il commence à produire des photos pour le magazine en remplaçant Samuel Kirszenbaum, parti quelques semaines aux États-Unis.

Pour les deux autres cofondateurs de *VoxPop*, Caroline Harleaux et Benjamin Durand, la rencontre avec le reste du groupe se fait alors qu'ils sont encore étudiants, mais dans une sphère de loisirs. Un bar du V^{è} arrondissement de Paris, le Shebeen, n'existant plus, rassemblait à l'époque autour de la passion du rock et d'une discussion sur le groupe The Libertines. « C'était vraiment le premier endroit à Paris que j'ai pu connaître qui avait vraiment une culture musicale un peu proche de la mienne », s'en souvient Benjamin Durand[69], qui a réalisé un mémoire sur le rock anglais dans le cadre de ses études. Benjamin Durand rencontre dans un premier temps, Jean-Vic Chapus et Mathieu Zazzo au printemps 2004, introduit par la gérante du bar. En plus de *Newcomer*, Jean-Vic Chapus travaille pour *Rock&Folk.* De ce partage de goûts musicaux découle une collaboration de Benjamin Durand au fanzine *Newcomer*. Quelques temps après, Caroline Harleaux, étudiante à Jussieu et amatrice du lieu fait la rencontre de Benjamin Durand, puis du reste du groupe.

Quatre des cinq cofondateurs ont collaboré à des fanzines avant de rejoindre *Newcomer*, puis de créer *VoxPop*. Caroline Harleaux a participé au fanzine *L'Ordonnance* : « Patrick Eudeline (*Rock&Folk*), que j'avais rencontré au Palais de Tokyo

[69] Entretien réalisé avec Benjamin Durand, le 18 avril 2019.

pour une rétrospective Alain Pacadis, m'avait présenté à un certain Julien Zalewski qui avait lancé ce fanzine tout seul. Julien était passionné et arrivait souvent à décrocher des interviews fleuves avec des figures iconiques de la scène rock, souvent françaises : Metal Urbain, le label Tricatel, Daniel Darc, Virginie Despentes, Indochine. Sans être un professionnel, et on s'est tout de suite bien entendu »[70].

Ainsi, les prémisses de la création d'un magazine révèlent l'importance du réseau pour la création et l'élaboration du projet. De la passion pour la musique et de la fréquentation d'un lieu commun, une collaboration entre Benjamin Durand et Caroline Harleaux se lie : l'organisation de concerts au Bar 3, situé rue de l'Ancienne Comédie, dans le V^e^ arrondissement de Paris, avec l'association Are You Loaded, en parallèle de leur participation à *Newcomer*, puis dans « des salles plus professionnelles », comme le Point Éphémère et la Maroquinerie. Ce sont eux, en ouvrant leur réseau, qui vont faire entrer Audrey Elbaz, future directrice artistique du magazine – actuelle directrice artistique de *So Film* – dans l'aventure *VoxPop*. Participant à leur société d'organisations de concerts, elle réalisait les flyers des soirées. « Vu qu'elle coûtait pas chère et qu'elle était très talentueuse, ça n'a pas été compliqué de convaincre les autres. Et le courant est vachement passé avec tout le monde », détaille avec humour Benjamin Durand.
La rencontre entre les deux groupes – Benjamin Durand et Caroline Harleaux, s'occupant de l'organisation de concerts, et Jean-Vic Chapus, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo – va être essentielle pour le lancement du magazine. « Eux nous ont amené le côté sérieux. Honnêtement, au départ, le côté sérieux, on voulait pas du tout le faire. On connaissait aussi nos limites, et on avait pas envie. On était juste devant nos idées genre « *Ah je veux le meilleur article, je veux telle photo* » »[71], explique Jean-Vic Chapus.

Le réseau va être essentiel et bénéficier aux journalistes dont la carrière a débuté ou pris un tournant grâce à *VoxPop*. « Un travail de détection »[72] réalisé par le comité rédactionnel de *VoxPop* a permis de faire émerger des signatures reconnaissables aujourd'hui : Anthony Mansuy (*Society*), Maxime Chamoux (*Society*), Alexis Ferenczi (*Munchies*)... Parmi eux figurait Nico Prat, travaillant aujourd'hui pour *Rockyrama*[73]. C'est par une première rencontre avec Caroline Harleaux et Benjamin Durand dans ce même bar,

[70] Entretien réalisé avec Caroline Harleaux, le 18 avril 2019.
[71] Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, le 20 décembre 2018
[72] Entretien réalisé avec Samuel Kirszenbaum, le 20 décembre 2018.
[73] Magazine et site web traitant de cinéma et de pop culture lancé en 2013.

autour d'une discussion sur la pop anglaise, qu'il va débuter sa collaboration avec *VoxPop*. Nico Prat rejoint la rédaction du magazine et commence à y écrire à partir du deuxième numéro. Un événement qu'il juge important pour le reste de sa carrière, puisque *VoxPop* est le premier élément figurant sur son CV : « Avant j'écrivais ce que je voulais quand je voulais. On me demandait rien, je proposais des idées d'articles. Je dis pas que c'est un schéma souhaitable, mais classique. Là, pour la première fois, non seulement j'avais des collègues à qui parler de pop et de rock, et en plus on me demandait des choses. Je disais oui à absolument tout. Déjà ça m'a apporté une structure. Jean-Vic relisait mes papiers, m'aidait à progresser. L'avantage de *VoxPop*, c'est que c'était une toute petite équipe, avec des tous petits moyens. Très vite j'écrivais sur le web et j'écrivais non-stop. Je pouvais expérimenter et écrire un peu sur ce que je voulais. Au début j'écrivais des petits trucs sur le web, puis des plus gros articles et une rubrique consacrée aux chiffres de l'industrie de la musique. Et pour l'avant-dernier numéro, j'ai eu ma première couverture ».[74] Il estime qu'écrire pour VoxPop a eu un effet positif sur sa carrière, en étant reconnu par les autres : concerts, interviews…

B. Le réseau : outil fondamental aux moments clés d'une carrière ?

Si le magazine s'arrête, il semblerait assez logique que le réseau acquis au fil des années demeure. Toutefois, les conséquences de l'acquisition d'un réseau sur une carrière professionnelle peuvent varier. Après avoir mené une série d'entretiens, il semblerait que l'impact soit toujours positif.

Ayant fait ses débuts dans le journalisme avec *VoxPop*, Nico Prat a bénéficié de son réseau pour faire ses premiers pas à la radio : « Benjamin était invité sur *Le Mouv*, pour parler du premier album de Julian Casablancas et il ne pouvait pas y aller parce qu'il devait aller chez le dentiste. Du coup, j'y suis allé, et j'y suis resté. Je suis revenu la semaine d'après pour parler d'autre chose. Et puis j'ai eu une chronique, puis deux, puis trois. Je

[74] Entretien réalisé avec Nico Prat, le 23 avril 2019.

me souviens que j'étais à la machine à café du *Mouv* quand Jean-Vic m'a appelé pour me dire que *VoxPop* s'arrêtait »[75].

A la fin de *VoxPop*, ses cofondateurs et rédacteurs ont environ le trentaine, et une carrière déjà bien établie pour certains. Jean-Vic Chapus, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo mettent en avant la proximité avec le groupe So Press, auprès duquel ils sont allés demander conseils : « On s'est croisé sans vraiment se connaître. Comme au moment où on faisait *VoxPop,* on se posait beaucoup de questions sur l'avenir du journal. Au moment où on a commencé à se dire que c'est difficile financièrement, et qu'on voyait que *So Foot* était une entreprise indépendante, avec un peu la même ADN et qui avait elle, réussi très très vite, on est allé les voir. Enfin, c'est moi qui ai demandé un rendez-vous avec le patron de *So Foot,* Franck Annese, pour lui dire *« Explique-moi comment tu fais »* Ils nous connaissaient déjà, on les connaissait déjà, ils lisaient *VoxPop* »[76]. Une proximité se tisse davantage encore à la fin du magazine : « Au fur-et-à-mesure, on commençait de plus en plus à se rapprocher d'eux. Et pour la petite anecdote, qui pour moi est toujours très significative, c'est que pour le dernier numéro de *VoxPop*, on avait annoncé un peu vite à ces personnes qu'on aimait bien qu'on allait arrêter *VoxPop*. Franck Annese m'a direct répondu en disant « *C'est triste, mais je comprends que vous l'arrêtiez* ». Et lui lançait son label de musique, son grand rêve de départ. Et il nous a pris hyper symboliquement une page de pub alors qu'il n'avait pas le budget pour ça, dans le dernier numéro qu'il a quand même surpayé. Juste parce qu'il a dit « *Voilà je veux marquer le coup, parce que c'est coo*l ».

Jean-Vic Chapus devient ensuite rédacteur en chef du magazine *So Film,* – après un bref passage par *Stylist* – magazine pour lequel il avait déjà collaboré à l'époque de *VoxPop* : « A l'époque, ils sortent *So Film*, je crois en 2012, sans grand espoir de faire quelque chose de bien. J'entretiens un contact régulier avec les personnes de So Press, à demander des conseils, à se croiser dans les soirées et compagnie… Et quand ils lancent *So Film,* ils sont à chaque fois en galère d'articles. J'avais fait une interview pour *VoxPop* d'un acteur américain qui avait joué dans *Reservoir Dogs*, qui est l'acteur favori de Tarantino. L'interview était assez cool. Et comme régulièrement quand je parlais de *So Film* avec les personnes de So Press ils me disaient *« Oh c'est la galère, on a jamais d'articles, c'est lamentable, c'est vraiment trop difficile* ». J'avais cette interview que je destinais à *VoxPop*

[75] *Ibid.*
[76] Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, le 20 décembre 2018.

et j'ai dit « *Si vous voulez, je vous la donne, je la fais pour vous, c'est pas payé, c'est pas grave* ». Eux nous ont fait des articles, pas payés ». Des liens particuliers se tissent donc, avec les journalistes du groupe So Press : « On s'est toujours senti, surtout moi d'ailleurs, en espèce de communauté d'esprit avec les gens qui ont fait *So Foot*. Parce qu'ils ont le même âge que nous. Ils sont eux aussi un passé de fanzineux, un peu près à la même période ». Ainsi, devenir rédacteur en chef d'un magazine du groupe, *So Film*, ne semble pas surprenant, mais relève d'une « opportunité », sans avoir de plan de carrière tracé dans le cinéma : « Le cinéma, j'en regarde beaucoup, mais je suis absolument pas cinéphile. Mais par contre, je crois qu'on m'a proposé de prendre *So Film*, en tout cas Franck Annese me l'a présenté comme ça, parce qu'il avait très bien compris que je n'étais pas du tout un des cinéphiles de cette boîte, mais par contre comme il savait que comme j'avais fait rédacteur en chef plusieurs fois, il savait que j'avais une façon de demander un type de sujet plutôt qu'un autre. Ça me faisait rire parce que ça me sortait un peu d'un truc qui était strictement la musique. Et puis plus les propositions qu'on vous fait vous paraissent contre-intuitives, plus ça vous paraît éloigné de ce que vous pouvez faire, plus il faut les accepter pour voir est-ce que vous êtes capables de le faire ou pas, est-ce que vous aimez ça ou pas… ». Au sein du groupe So Press, il collabore régulièrement pour d'autres magazines, dont *Tsugi.*

Ce réseau peut s'avérer utile à des moments charnières d'une carrière, à certaines conditions. Pour Caroline Harleaux, partie avant la fin de l'aventure, il n'y a pas eu d'impact immédiat. « J'ai tout repris à zéro au Royaume Uni »[77], explique-t-elle. Un réseau qui fonctionne plus dans le milieu du journalisme et de de la photographie *free-lance* selon elle, qui s'en est éloigné pour s'occuper du *business development,* à son arrivée à Manchester en 2011.

Enfin, le réseau a pu être compris par les cofondateurs de *VoxPop* en termes de liens sociaux. Le réseau ne va pas uniquement permettre d'acquérir des postes, mais va participer à l'entretien d'une vie sociale, même en dehors du cercle professionnel.

[77] Entretien réalisé avec Caroline Harleaux, le 18 avril 2019.

Conclusion

Au terme de ce mémoire, il est possible d'affirmer que pour un journaliste, la décision de créer son magazine peut opérer un tournant dans sa carrière professionnelle. Pour les cinq cofondateurs du magazine *VoxPop* que nous avons rencontrés, cet épisode de plus de cinq ans a eu des répercussions différentes mais réelles, aussi bien sur leur trajectoire professionnelle que sur leur perception du métier de journaliste et de créateur de média. Tous portent un regard différent sur l'aventure *VoxPop*. Bien que n'ayant duré que quelques années, elle découle de plusieurs années de partage d'une passion commune pour la musique et la transmission d'histoires.

A l'échelle personnelle, l'expérience d'un magazine musical peut sembler avoir des répercussions différentes : un tremplin pour de futurs postes, une reconnaissance symbolique, et l'acquisition de savoirs rédactionnels et entrepreneuriaux. Créer son magazine suppose un réseau bien établi, ou du moins, des connexions essentielles qui vont permettre au projet de se lancer, et ensuite au média d'exister. L'impact du réseau a des conséquences plus ou moins fortes dans la poursuite des activités professionnelles, après le média. Si *VoxPop* n'a été publié que de juillet 2007 à fin 2012, son nom évoque encore beaucoup pour les membres fondateurs, ceux ayant participé au projet, mais aussi pour d'autres journalistes, issus de la sphère du journalisme musical. En les interrogeant, *VoxPop* évoquait pour eux un magazine de qualité plutôt unique dans le paysage de la presse magazine française.

Créer son média, outre la reconnaissance que cela implique, autorise aussi une satisfaction personnelle. « Voir ton canard sortir des rotatives, c'est un truc assez magique », évoquait Mathieu Zazzo[78]. Pour Benjamin Durand, le sentiment est similaire : « Quand on tombe dessus, on est fier que le magazine ait été aussi beau »[79]. Créer son magazine, c'est choisir une ligne éditoriale, alimenter un contenu, mais aussi apprendre à maîtriser quelque chose, du début de la chaîne de production à la fin. En somme, pour les participants, le média fait office de carte de visite.

[78] Entretien réalisé avec Mathieu Zazzo, le 20 décembre 2018.
[79] Entretien réalisé avec Benjamin Durand, le 18 avril 2019.

Après avoir inventé son magazine, il est difficile de trouver un nouvel idéal dans parmi l'ensemble de la presse magazine. En effet, dans le cas de *VoxPop*, les divers entretiens menés avec les cofondateurs montrent qu'ils peinent à mettre en avant une référence en terme de magazine français ou de magazine musical actuel qui parviendrait à les séduire, et regrettent le manque de longs formats. « Une presse française catastrophique », selon Samuel Kirszenbaum[80]. Benjamin Durand avoue lui, n'acheter encore que le magazine anglais *Mojo*[81] : « J'assume complètement le côté très passéiste »[82].

Mais rien côté français, hormis des plus généralistes comme *M le magazine du Monde*, *Society*, *Grazia*… Samuel Kirszenbaum cite quant à lui des références anglaise et américaine *: Dazed and Confused*, et le magazine de photographies *Aperture*.

L'actualité générale et l'actualité musicale se suivent, selon eux, davantage en ligne : *Dummy, FACTmag, KEXP radio*, pour Caroline Harleaux ; *Les Jours* pour Jean-Vic Chapus.

Ainsi, au terme de ce travail de recherche, il semble que la création d'un magazine soit déterminante pour le journaliste, autant sur le plan professionnel qu'individuel et tant dans l'immédiat que dans la durée. Le média fait école pour le professionnel en devenant la référence reconnue par tous et permet une insertion sociale privilégiée dans le milieu. Il donne aussi au professionnel une certaine légitimité à juger les autres expériences de presse, notamment celles qu'offre la presse papier aujourd'hui. Chaque cofondateur de *VoxPop* présente des souvenirs différents et livre des anecdotes variées, avec le sentiment unanime d'avoir réalisé un magazine de qualité.

[80] Entretien réalisé avec Samuel Kirszenbaum, le 20 décembre 2018.
[81] Magazine mensuel anglais traitant principalement de rock, créé en 1993.
[82] Entretien réalisé avec Benjamin Durand, le 18 avril 2019.



Numéro 29 de VoxPop *de novembre/décembre 2012. Photo : Samuel Kirszenbaum.*

Bibliographie

Corpus de base

Les 30 numéros de *VoxPop.*

Ouvrages et articles

BASTIN, Gilles, « Trajectoires biographiques et identités collectives dans les mondes de l'information », Communication au colloque Le journalisme, une activité collective. Formes, acteurs, pratiques, enjeux, Paris, 2011.

BASTIN, Gilles, « L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes », *Recherches en communication*, Louvain, 2016, p.5-26.

BASTIN, Gilles, « Gravitation, aléa, séquence : Variations sociologiques autour du concept de carrière » In Didier Demazière, Morgan Jouvenet. *Andrew Abbott et l'héritage de l'école de Chicago*, 2, Éditions de l'EHESS, 2016, p.195-216.

CASTRA, Michel, « Identité », In Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, p. 72-73.

CLAIR, Isabelle, « Normes », In Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, p. 83-84.

CLOT, Yves, *Travail et pouvoir d'agir*, Paris, Presses universitaires de France, 2008.

CHARON, Jean-Marie, « Introduction », *La presse magazine.* Paris, La Découverte, 2008, p. 3-7.

DARMON, Muriel. « La notion de carrière : un instrument interactionniste d'objectivation », *Politix*, vol. 82, n°2, 2008, p. 149-167.

DEJOURS, Christophe. « Vulnérabilité psychopathologique et nouvelles formes d'organisation du travail (approche étiologique) », *L'information psychiatrique*, vol. 83, n° 4, 2007, p. 269-275.

ETIENNE, Samuel, « La Presse musicale alternative », *Volume !*, vol. 5, n°1, 2006, p. 5-6.

FRAY, Anne-Marie, et PICOULEAU, Sterenn, « Le diagnostic de l'identité professionnelle : une dimension essentielle pour la qualité au travail », *Management & Avenir*, vol. 38, n° 8, 2010, p. 72-88.

MARCHETTI, Dominique, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, vol. 111, n°1, 2002, p 22-25.

MARCHETTI, Dominique et RUELLAN, Denis, *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée dans le marché du travail*, Paris, Documentation française, 2001.

NEVEU, Erik, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001.

SPANO, William, 2004, « Les magazines culturels de marque sous l'emprise du journalisme » In *Communication et langages*, n°140, Dossier : Du « document numérique » au « textiel », 2004. p. 97-107.

RINGOOT, Roselyne, *Analyser le discours de presse,* Paris, Armand Colin, 2014.

ROSTAING, Corinne. « Carrière », In Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, 2012.

Articles de presse en ligne

- « La fin de « Magic » illustre les difficultés de la presse musicale », *Le Monde*, 20 mai 2016. https://www.lemonde.fr/musiques/article/2016/05/23/la-disparition-du-mensuel-magic-illustre-les-difficultes-de-la-presse-musicale_4924719_1654986.html

- « Quel avenir pour la presse culturelle en kiosque », *Gonzaï*, 26 janvier 2015. https://gonzai.com/quel-avenir-presse-culturelle-en-kiosque/

- « So Press accélère la cadence », *Le Monde*, 5 mars 2018. https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2018/03/05/so-press-accelere-la-cadence_5265864_3236.html

- « Presse : Le papier poursuit sa chute en 2017 », *Europe 1*, 15 février 2018. https://www.europe1.fr/medias-tele/presse-le-papier-poursuit-sa-chute-en-2017-3575087

- « Sérieux coup de mue pour la presse musicale », *Libération*, 8 juillet 2013. https://www.liberation.fr/medias/2013/07/08/serieux-coup-de-mue-pour-la-presse-musicale_916900

- « Le magazine musicale NME devient gratuit », *Le Monde*, 7 juillet 2015. https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/07/07/le-mythique-magazine-musical-nme-devient-gratuit_4673540_3236.html

- « Le magazine « VoxPop » s'arrête », *Télérama*, 28 septembre 2012. https://www.telerama.fr/medias/le-magazine-vox-pop-s-arrete,87400.php

- « Désormais gratuit, une page se tourne pour NME », *Libération*, 6 juillet 2015. https://next.liberation.fr/musique/2015/07/06/desormais-gratuit-une-page-se-tourne-pour-nme_1344514

- « Aides à la presse : l'Etat se fout-il des mag musicaux ? », *Sourdoreille*, 12 avril 2019. http://sourdoreille.net/aides-a-la-presse-l-etat-se-fout-il-des-mag-musicaux/?fbclid=IwAR0oSFXOXksLCA7C5Yk_SNQ-I8FZZ5x_lIOyuO2ohwDeLWJoLfuoW1CgvBY

- « VoxPop, musique au cœur », *Rue 89*, 26 octobre 2007. https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-medias/20071026.RUE2128/voxpop-musique-au-coeur.html

- « Le news musical exprès, *Stratégies*, 13 décembre 2007. http://www.strategies.fr/actualites/medias/r46893W/le-news-musical-expres.html

- « Du punk à l'art contemporain, "le fanzine s'inscrira toujours dans la contestation », *Télérama*, 23 juin 2017. https://www.telerama.fr/sortir/du-punk-a-l-art-contemporain-le-fanzine-s-inscrira-toujours-dans-la-contestation,159882.php

- « La presse musicale en mal de boussole éditoriale et de modèle économique », *Acrimed*, 14 février 2014. https://www.acrimed.org/La-presse-musicale-en-mal-de-boussole-editoriale-et-de-modele-economique

- « Profession: Rock Critic (2/5), Jean-Vic Chapus », *Gonzaï*, 1er décembre 2014. https://gonzai.com/profession-rock-critic-25-jean-vic-chapus-sexe-mensonges-journalisme/

Site Internet

http://www.voxpopmag.com/

Annexes

Table des matières des annexes

Éditos de *VoxPop*……..……...…35

Photographies tirées des numéros de *VoxPop*……..……38

Entretien avec Jean-Vic Chapus, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo……..…...41

Entretien avec Benjamin Durand ……..…...…67

Entretien avec Caroline Harleaux ……...…....75

Entretien avec Alexis Bernier……..79

Entretien avec Nico Prat……...83

Entretien avec Christophe Moracin…….....…86

Entretien avec Yann Bertrand…….....88

Entretien avec Matthieu Culleron…….....89

Entretien avec Stéphane Deschamps……...…91

Entretien avec Sophian Fanen…….…93

Forte de ses 13 années d'existence (parution en kiosques depuis mars 2000), la revue Newcomer refonde son contenu éditorial. Après avoir longuement ré échi à l'utilité d'ouvrir un service accessible via minitel sobrement intitulé « 36 15 Vox Pop », la rédaction de cette revue a nalement opté pour le fromage, le dessert et le digestif. A savoir un double projet rédactionnel accessible sur Internet et dans un magazine papier que nous espérons aussi agréable à lire que novateur. La musique sous toutes ses formes : ce parent pauvre de la culture y a droit. Désormais tout ce qui a trait aux nouveautés, interviews et portraits de découvertes hexagonales et étrangères, chroniques de disques et de démo sera disponible sur un site Internet mis en ligne, éditorialisé et réactualisé par les rédactions de Newcomer et de la structure Are You Loaded. En parallèle, une revue ayant trait à l'actualité musicale et à sa culture au sens le plus large et défricheur du terme voit le jour. Cette revue s'appelle VoxPop. Un titre qui résume notre ambition : donner une voix transversale et esthétique à la musique pop sous toutes ses formes.

84 pages, dos carré, imprimé en quadrichromie, VoxPop adoptera un rythme de parution bimestriel a n de ne pas subir exclusivement les impératifs promotionnels du monde du disque, comme le font la plupart des titres de presse disponibles. Pour cela, il nous apparaît indispensable de thématiser chaque numéro autour d'une tendance actuelle ou future, d'une idée directrice ou d'un mot-clé qui servira de l conducteur et structurera le contenu rédactionnel et iconographique du journal. Le ton de cette revue veut se singulariser de celui des autres publications autour de 3 axes déjà creusés dans les derniers numéros de Newcomer :

- une place toujours plus importante aux longs entretiens s'attardant autant sur la personnalité des artistes rencontrés que sur leur œuvre
- une écriture photographique exigeante qui, alliée à une mise en page épurée et claire, reste la garante de l'esthétique af rmée de la revue
- un ton subjectif et des prises de position af rmées ayant pour but de mettre en avant une « politique des auteurs » sur le front des scènes musicales. Mais le plus de cette nouvelle parution sera de ne pas se limiter à la musique tant en qu'actualité ou façon d'af rmer ses goûts et inclinaisons esthétiques. VoxPop veut re éter l'in uence des musiques rock, pop et electro dans la société actuelle et ses différents mouvements : mode, politique, sociologie, économie, objets... N'écoutons pas les oiseaux de mauvais augure et les déclinologues (VoxPop aime les néologismes...), les marchés du disque et de la presse ont beau se porter mal, il n'y a jamais eu autant de choses à inventer à travers ces médiums qu'à l'heure actuelle. Comme la musique est une forme d'expression à part entière rejaillissant dans tous les pans de notre société, même les plus inattendus, nous vous souhaitons la bienvenue dans VoxPop.

VOX POP

Une publication Are You Loaded
93, rue de Turbigo
75003 Paris

www.areyouloaded.com
contact@areyouloaded.com

Directeur de la publication : Caroline Herbeux.

Rédacteur en chef : Jean-Vic Chapus.

Rédacteurs en chef adjoints, service photo : Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo.

Directeur Artistique : Audrey Elbaz.

Rédacteurs, reporters : Maxime Chanoux, Benjamin Durand, Caroline Herbeux.

Photographes : Samuel Kirszenbaum, Mathieu Zazzo.

Ont collaboré à ce numéro : Sophie Jerry, Philippe Margaine, Romain Hooker, Nicky Santoro et Laetitia Teichert.

Impression :
Nevada Hard , Allée de la recherche 93
Renaissance, 1370 Bruxelles
Téléphone : 0032 (0)2 395 01 93

Édito du numéro 0 de VoxPop.

ÉDITORIAL D'abord, l'un d'entre nous a évoqué l'utilité de produire une émission culturelle autour de la danse contemporaine sur TF1. Seule condition un prime time. L'intérêt d'entraîner une équipe de rugby composée majoritairement d'anorexiques en vue d'un match de gala contre les All Blacks a été longuement discuté. Avec passion. *«Et si nous traquions Ben Laden dans ses montagnes ?» «Faudrait penser à interviewer J.D. Salinger !» «Cela serait innovant de passer un week-end à siroter de l'eau de Vichy en compagnie de Pete Doherty et Amy Winehouse !»* Finalement, après compromis, illuminations, batailles au couteau et réconciliations bruyantes, nous nous sommes dit qu'il était vraiment temps de vivre dangereusement. Et en décalage avec notre époque, si possible. Une revue papier. Bimestrielle. Payante. Oui annoncé comme cela, c'est aussi rassurant que de balancer à son banquier : *«Monsieur, je suis criblé de dettes, ma famille est romanichelle, mais je pense sincèrement que vous devriez m'accorder un crédit de 150 000 euros pour que j'aille le claquer fissa en filles et en parties de black jack au casino d'Atlantic City !»* Histoire de simplifier encore les choses, ce magazine traitera de la musique (ce parent pauvre de la culture globalisée, selon les observateurs) ainsi que de la place de cette dernière dans la société. Une exigence de qualité visuelle et graphique mise en accord avec un fond éditorial subjectif. Une curiosité de tout instant. Le numéro 1 de *VoxPop* est resserré autour d'un thème unique : que reste-t-il des années 2000, et qu'est-ce qui pourrait se passer ensuite ? Ces années sont emblématiques. Elles ont été celles de tous les bouleversements. Crise du disque, prise de pouvoir des stars jetables, retour des codes visuels rock'n'roll et de son langage, mariage entre mode et musique, nouveaux artistes passionnants, villes musicales en mutation. Et surtout, les enfants. Les Tiny Masters Of Today qui s'affichent avec une belle candeur sur notre première couverture ont respectivement 11 et 13 ans. Ils ne vivent pas la musique et sa culture comme les (déjà) vieux de 25 ans. Nous les avons suivis à l'occasion d'un de leurs concerts au Portugal histoire de voir, au plus près, comment vivent les (tout petits) enfants du rock. Le plus possible, nous allons essayer de faire mentir la *vox populi* qui s'acharne à voir en la presse écrite et la musique deux formes d'expression appartenant au passé. Notre site **voxpopmag.com**, connecté à l'actualité immédiate de toutes les musiques, et un programme de soirées régulières déjà à l'œuvre complètent nos envies de donner une voix à la pop. Ces envies sont plus que jamais dévorantes. Bienvenue à toutes et tous. Nous allons tenter un journal de musique, et nos proches nous regardent déjà avec un air affolé. Nous pensons que nous allons aimer ça. **Jean-Vic Chapus**

Édito du numéro 1 de VoxPop.

EDITO Chloé, étudiante à Montpellier et fidèle lectrice depuis les débuts : *« Lorsque j'ai ouvert la première page, je me suis dis* "OK, c'est ça que je veux faire plus tard, être journaliste, travailler POUR *VoxPop*". *Je misais pas mal mon avenir sur la musique et le journalisme, particulièrement sur VP. Parce que je me sentais comprise… »* Emmanuel, rédac' chef à *GQ* : *« Je me souviens d'une conversation que j'avais eue avec Gilles Tordjman* (signature des *Inrocks* dans les 90's – ndr) *lorsque je travaillais à Libération (…)* "Les journaux sont comme les groupes de rock, *m'avait-il glissé*. Ce sont des flashs générationnels." *Ça m'avait beaucoup marqué. J'avais 25 ans et beaucoup d'illusions (…) Je me disais que les journaux, les magazines, comme les groupes de rock et les partis politiques devaient apprendre à mourir. Comme les hommes, finalement… »* Je ne vais pas citer tous les messages reçus à l'annonce de l'arrêt de *VoxPop* parce que ça dépasserait le vain exercice d'autosatisfaction. Par contre, beaucoup dans cette équipe ont pensé, après avoir lu ces témoignages, clins d'œil etc. : *« Parfait, ça se finit bien, cette affaire ! »* Peut-être même qu'on a été ému de voir que ce magazine a compté pour certains. *VoxPop* a vécu sur un nuage pendant cinq années. 30 numéros (en comptant le zéro) pour prouver que le *do it yourself* vaut au moins autant que le business plan ! Des idées ont jailli. Une équipe et un ton ont émergé. Des liens se sont créés qui dépassent désormais les rythmes des réunions de rédaction et bouclages successifs. Penser, réaliser, éditer et vendre un bimestriel de 100 pages, musique, culture et société, normalement, ça ne devrait pas tenir, dans le paysage actuel plutôt frileux. Le positionner en rupture du circuit promo de référence, préférer le remplir avec des reportages, des histoires et une politique de l'image affirmée, c'est un coup à finir avec des dettes. On ne va pas vous dire que nous sommes des fous rebelles ou des punks, parce que ça serait faux. À la vérité on a surtout été partisan de cette loi intangible : *« Si ça nous plaît, ça passe ! Et après on voit bien. »* Il n'empêche que la crise, cette fameuse crise, qui touche la presse écrite et rend souvent les magazines nazes ou autistes, pourrait avoir la peau de notre « kif ». Cet ultime numéro, c'était pour se (vous) faire plaisir une dernière fois. On espère que vous avez apprécié les cinq ans. Pour nous, ça a été splendide et, je vais même vous dire, on en sort meilleurs. Convaincus que ça avait du sens et que la presse va continuer sur le web et aussi sur le papier. Heureux surtout d'avoir bossé au milieu d'une équipe que vous reverrez individuellement, collectivement, j'en suis certain. Ça se finit ouvert, mais ça se finit au bon moment. Timing excellent même quant on en réfère au romantisme pas si débile de la musique pop. *« Cinq ans, c'est la durée de vie des bons groupes de rock ! »* nous a dit Rachid Taha en préambule d'un long entretien. J'ai cherché et c'est parfois exact : The Clash avant que Mick Jones et Topper Headon ne désertent, Nirvana, les Smiths… *« Les journaux sont comme des groupes de rock, ce sont des flashes générationnels »* Merci pour tout et à vous– comme à nous – désormais de rechercher le prochain flash.

Jean-Vic Chapus

Édito du dernier numéro (29) de VoxPop.



VoxPop*, numéro 2. Photo : Samuel Kirszenbaum.*



VoxPop*, numéro 3. Photo : Mathieu Zazzo.*



VoxPop*, numéro 28. Photo : Samuel Kirszenbaum.*



VoxPop*, numéro 29. Photo : Mathieu Zazzo.*

Entretien réalisé avec Jean-Vic Chapus, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo, cofondateurs de *VoxPop*, à Paris, le 20 décembre 2018.

JVC : Jean-Vic Chapus
SK : Samuel Kirszenbaum
MZ : Mathieu Zazzo

- *Comment est venue l'idée de VoxPop ?*

JVC : Quelques années avant *Voxpop*, on participait de façon active à un magazine qui avait été un fanzine, et qui sortait en kiosque, qui s'appelait *Newcomer*. *Voxpop* découlait complètement de *Newcomer*, à savoir qu'on s'était installés dans *Newcomer*. Moi j'étais rédacteur en chef. Ces deux messieurs faisaient les photos et un peu l'iconographie. On avait plus que des qualités d'intervenants dedans. C'était un magazine qu'on aimait bien. On était par contre pas les propriétaires, on l'avait pas lancé ou quoi que ce soit. Et c'est vrai qu'on commençait à s'emballer, à trouver une petite mécanique. On avait déjà travaillé avant ensemble, quand on avait lancé notre premier fanzine. Trouver une petite mécanique à travailler ensemble, à avoir fait monter des nouveaux pigistes, à devenir régulier. Enfin voilà, on était un peu en train d'installer une équipe, avec la bénédiction du vrai patron de *Newcomer*. On organisait aussi des soirées régulières autour du magazine. Et en fait, avant le numéro 50 de *Newcomer* qui nous semblait être un numéro un peu symbolique, parce que voilà, on est crétins comme tous les autres crétins, à savoir que les chiffres ronds, numéro 25, numéro 50… on s'est dit on va marquer le coup.

- *C'était un bimestriel ?*

JVC : Oui oui, bimestriel, tous les deux mois. Non attendez, c'était beaucoup plus irrégulier que ça. *Newcomer* je crois que c'était tous les trois mois.

SK : Non, c'était tous les deux mois.

JVC : J'avais l'impression que c'était plus espacé. On avait plus ou moins planifié ce qu'on allait faire pour le numéro 50, donc un numéro anniversaire. Et là un jour il y a le patron de *Newcomer*, qui s'appelle Olivier Barbar, qui vient me voir et qui dit *« Gros problème, en fait on arrête* Newcomer *».* Parce que lui avait un travail à côté, il travaillait dans les assurances. Et il projetait d'avoir un enfant. Ça prenait beaucoup de temps dans sa vie. Je crois que ça lui prenait beaucoup d'angoisses aussi, à savoir « *Est-ce que les gens seraient payés à l'heure, les pub et tout* » . Donc il a arrêté avant le numéro 50, de façon un peu soudaine. Nous on a pris ça de façon moyennement bien.

SK : Non mais je vais ajouter un truc. Parce que quand il nous a demandé de reprendre en main *Newcomer*, c'était vraiment hyper moche, et on a mis deux ans, trois ans à en faire un truc respectable et vachement beau. Mais en gros, une fois qu'on est arrivé à ça, à peu près ce qu'on voulait, on s'est remis en question en se disant « *Maintenant c'est quoi la prochaine étape ?* » Et en fait, le jour où Olivier nous dit « *Moi j'arrête* Newcomer », ça fait six mois qu'on réfléchit à ce que va faire.

MZ : Est-ce qu'on passe en virtuel… ?

SK : Moi je parlais d'internet. C'était en 2006. Et en fait ça faisait six mois, huit mois, qu'on se disait « *Qu'est-ce qu'on fait ? Internet ? Passer en mensuel ? »* Et à ce moment, lui dit : *« J'arrête* », et il garde le nom et on dit qu'on est dans un élan, donc autant appliquer tout ça pour *VoxPop*.

MZ : Et on a mis quelques mois quand même à monter le truc.

SK : Un an. C'est 2006, et *VoxPop* c'est septembre/octobre 2007, avec le numéro 0 en juillet 2007.

MZ : Je me souviens qu'on a commencé à en parler vraiment début 2007. Le nom *VoxPo*p c'était au printemps 2007.

SK : Ouais mais 2006 déjà, moi j'ai eu la réunion avec Caroline, et on commence à parler de la boîte.

JVC : Bon, le résumé est plutôt bon. C'est vrai que lui d'un côté veut tuer son magazine parce qu'il en a marre, il veut passer à autre chose, à une vie loin de la presse. Ça l'a saoulé vers la fin et il perdait de l'argent, parce qu'en plus il nous payait. Et nous on imaginait qu'il était un peu logique qu'il nous paie, et après, au fur et à mesure on comprenait que *Newcomer* tenait que sur lui, et le fait qu'il nous paie... Certainement qu'il a aussi dû nous payer sur son compte perso. Et les salaires qu'il nous versait c'était pas que le produit des ventes. Il était hyper sympa ce type, mais angoissé. Et nous, derrière, on était dans un élan en se disant que *Newcomer* n'est que le début d'un truc. Comme le dit Samuel, lui parlait déjà de peut-être faire un magazine sur internet. Collectivement, on parlait de mensuel et de pas rester bimestriel. Moi je me rappelle très bien que je parlais très largement de faire du reportage et d'avoir une vision un peu sociétale. En tout cas, arrêter ce qui était chroniques de disques, qui je le pense toujours aujourd'hui, sont des choses qui ne servent à rien.

- *Comme vous ne l'avez pas fait pendant la première moitié de VoxPop.*

JVC : L'autre moitié on a été obligé de le faire. On a craqué sous la pression bénéfique de la pub. Parce qu'il y avait un peu de pub des labels. Et moi je disais qu'on est obligé d'en faire, parce que c'est comme ça que les gens peuvent prendre de la pub. Un grand truc aberrant, mais ça c'est une parenthèse, c'est que vous pouviez contacter des maisons de disques en leur disant « *Voilà, on a envie de faire un portrait ou un grand reportage sur une scène musicale, un peu autour d'un artiste qui va faire 15 pages, où il va y avoir des photos, ça va être super* ». Disons logiquement que ça peut les intéresser de prendre de la pub dedans. En fait, ça les intéressait moins que d'avoir une critique de l'album de cet artiste sur un huitième de page.

MZ : Dont ils pourraient extraire une phrase…

JVC : Mais voilà en gros le résumé, c'est qu'on était dans un élan, et après *Newcomer* on était dans nos têtes déjà assez prêts à réformer le journal, faire autre chose.

SK : On avait 27 ans quoi.

Et à ce moment-là, quelles étaient vos situations professionnelles ?

- *A JVC : Vous étiez rédacteur en chef de Newcomer ?*

JVC : Oui. Et derrière j'étais pigiste régulier à *Rock&Folk*. Et je crois que j'étais pigiste pour un autre truc. Ça devait être l'époque….

MZ : *GQ*, non ?

JVC : Non non *GQ*, c'était après, pendant *VoxPop.* Non je crois le premier doc que j'avais fait pour *Arte* sur Liverpool.

MZ : Ah non, c'était après ça.

- *Donc vous étiez déjà bien insérés dans le monde professionnel ?*

MZ : Bien insérés… On avait déjà des commandes. Moi j'ai commencé à avoir mes premières commandes presse en sortant de l'école Louis Lumière. Un an après ma sortie d'école.

SK : Non.

MZ : Si, quasiment un an après, en 2001.

SK : Mathieu arrive dans *Planet Of Sound* en 2001, notre fanzine d'avant. Il fait une photo. Il fait une couv de Arab Strap et de la quatrième de page de Bonnie Prince Billy. Je crois que deux semaines après il fait sa première photo pour *Libé*.

MZ : Mais non, tu exagères.

SK : Si si, via Emmanuel Plane (attaché de presse chez Labels à l'époque) il y a eu trois semaines.

MZ : Non non, Emmanuel Plane m'a dit « *Tu devrais aller voir Jany Bianco-Mula du service photo de* Libé *de ma part, ça devrait leur plaire* ». Et voilà.

SK : Et voilà, trois semaines après il faisait sa première photo pour *Libé*.

MZ : Presque, ma première commande c'était en août 2001.

SK : Bon ok, trois mois après.

- Pour SK : *Et vous, vous reveniez des États-Unis à ce moment-là ?*

SK : Non, ça c'était 2005.

MZ : Juste pour terminer, moi j'en vivais pas encore pendant quelques années, parce que j'ai commencé à bosser pour *Libé* qui ne paie pas beaucoup. De fil en aiguille, je commence à bosser pour *Le Monde* et deux-trois autres canards, mais ça suffit pas à me faire vivre. Et en 2004 j'ai fait ma première pochette de disque pour Bashung, et là c'est quand même payé un peu mieux que la presse. Donc ça m'a mis le pied à l'étrier, et à

partir de là j'ai commencé à vivre de ma photo. Mais quand on était dans *Newcomer*, on avait déjà tous une petite vie professionnelle. Nous, les photographes, on n'était pas payés pour *Newcomer*.

SK : Moi je me souviens de chèques, mais des montants ridicules.

- *Et là, c'est le moment où vous revenez des États-Unis ?*

SK : Oui, moi je suis parti un an aux États-Unis entre 2005 et 2006, pour enseigner, faire des recherches à la fac. Et je reviens faire beaucoup de choses, mais notamment un magazine.
Si on prend à partir de *Voxpop*, en ce qui me concerne, la loi du journalisme et de la photographie est assez cruelle. C'est-à-dire que les gens mettent à peu près six mois à comprendre que vous êtes partis, et huit mois à comprendre que vous êtes rentrés. Donc quand je suis revenu des États-Unis j'ai fait du téléconseil pour un site de vins. Et à ce moment-là, *Libé,* je leur ai dit que je suis dans la merde et ils m'ont dit « *T'inquiètes on va t'aider* ». Et ils m'ont fait bosser sur une dizaine de commandes en deux mois. Alors là, toute la presse de Paris a compris que j'étais rentré, et tout est reparti d'un coup.
Et en gros la situation pour moi se stabilise complètement le 6 décembre 2006 aux Transmusicales de Rennes.

JVC : Merci tonton Brossard.

SK : Non, merci les copains, parce que j'avais plus un rond et ils m'avaient tout payé : l'accréditation, le train, je dormais avec eux dans l'hôtel. Et en arrivant aux Transmusicales j'ai un coup de fil du rectorat qui me dit « *Venez être prof chez nous à plein temps, on vous a réservé un poste* ». Et le soir-même il y a Cat Power qui nous dit « *Viens dans ma loge* », enfin on était tous là. Et là moi je fais une photo qui après va être utilisée. Ça a failli être une pochette de disque, finalement elle a dit non, mais ça a été dans un *Rock&Folk*, dans un double vinyle, elle en a fait des tee-shirts, pleins d'affiches de concerts. Et à ce moment-là, nous, *VoxPop* démarre. Mais voilà, on était dans cette précarité-là.
Moi j'ai toujours été prof/photographe, Mathieu photographe, plus musique.

MZ : Et je venais d'avoir mon premier enfant. Donc j'avais besoin quand même un peu de gagner ma vie.

SK : Et Jean-Vic qui est purement journaliste et qui fait des choses.

- *Question pour JVC : Vous avez fait l'ESJ Paris c'est bien ça ?*

JVC : Yes. Mais c'est vrai qu'il a raison, en plus c'est pas mélancolique, mais c'est vrai que cette soirée de 2006, là où tout redémarre pour lui aux Transmusicales de Rennes, c'est quand même intimement lié aussi à l'histoire du magazine et de *VoxPop*. Je pense qu'on avait déjà l'idée de ce que ça pouvait être. On avait pas encore le titre à l'époque. Mais c'est pendant cette édition un peu chouette des Transmusicales de Rennes qu'on va faire les premières interviews qui nous serviront à garnir le numéro 0.

MZ : The Horrors !

JVC : Ouais, Mickey Avalon et The Horrors qui vont être en lice. C'est pour ça tu vois que les Trans sont intimement liées à l'histoire du magazine.

SK : La photo de Cat Power est dans le numéro 2 de *VoxPop*.

JVC : Et je crois qu'aux Transmusicales de 2006, on parle énormément de *VoxPop*. On visualisait plus le truc pendant cette édition, qui n'était pas la meilleure du monde.

Et au moment où vous lancez VoxPop*, avez-vous pu compter sur vos contacts ? Des personnes ont-elles été étonnées que vous souhaitiez créer un magazine ?*

MZ : Non, parce que c'était la suite logique de ce qu'on avait fait avant.

- *Et les gens de* Newcomer *?*

SK : C'était nous *Newcomer* donc…

MZ : Ben si, il y avait Benjamin et Caroline.

JVC : Si parce qu'en fait il y a beaucoup de choses quand même qui découlent de *Newcomer*. Mais l'idée du magazine, à quoi ça devrait ressembler, est-ce qu'il y aura des photos, pas de photos, quel genre d'articles on veut faire… En fait quand vous êtes passionné, c'est assez facile de conceptualiser tout ça. Par contre, et c'est la partie plutôt sympathique parce que vous vous projetez dans le truc…

SK : Non, c'est pas facile.

JVC : C'est pas facile, mais on est fait pour ça, donc ça reste un truc qui est plaisant. Par contre, la partie qui était moins facile et qui a pris plus de temps, c'est que c'est sympathique de lancer un magazine, mais « *Quel est le budget ? Est-ce qu'on fait une société pour ça ?* » Ben oui faut faire une société. Et tout ça comme par contre, comme on avait eu des expériences en commun, soit dans un fanzine, donc un truc complètement autoproduit qu'on distribuait, enfin qu'on vendait quasiment de la main à la main. Et qu'après *Newcomer*, on était pas en charge de l'impression, du circuit de la pub, du budget, qu'est-ce qui coûte quoi… On était producteurs de contenus, on était pas créateurs du truc. Et c'est là où je complète sur le truc. C'est vrai que dans les dernières années de *Newcomer*, parmi les personnes qu'on avait fait rentrer dans le magazine, il y avait deux personnes plus jeunes que nous qu'on avait rencontrées dans le cadre des soirées qu'on organisait. Ils s'appellent Benjamin Durand et Caroline Harleaux, qui eux avaient créé une petite structure d'évènementiels où ils faisaient de la promotion de concerts, ils organisaient des soirées autour de groupes de rock, ou d'électro-rock émergent à Paris. Et eux avaient envie de professionnaliser leur structure qui était une association, d'en faire une boîte. On en avait déjà parlé, et comme ils bossaient un peu pour *Newcomer*…

SK : Sur le dernier numéro de *Newcomer*, ils avaient carrément six pages. Tu sais (en s'adressant à Jean-Vic Chapus), tu devais tourner le magazine. Et la DA de deux de ses six pages était faite par Audrey Elbaz.

JVC : Voilà, on leur avait fait une rubrique pour leur structure, et comme je savais qu'ils voulaient passer à un niveau professionnel, évidemment ça a été les premières personnes à

qui j'ai proposé : « *En fait, est-ce qu'on ne s'associerait pas dans le cadre de* Voxpop *?* ». On crée une structure en commun qui ferait et de l'événementiel, et de l'édition du magazine, et un site internet. Et eux avaient un peu plus tâté le terrain sur comment on basculait à un statut d'entreprise, de SARL, ensemble. Eux nous ont amené le côté sérieux. Et c'est un peu dégueulasse ce que je vais dire, mais c'est vrai. Honnêtement, au départ, le côté sérieux on voulait pas du tout le faire. On connaissait aussi nos limites, et on avait pas envie. On était juste devant nos idées genre « *Ah je veux le meilleur article, je veux telle photo* ». Et comme dans leur petite équipe à eux, qui a fusionné avec notre petite équipe à nous, ils avaient justement cette jeune graphiste qui sortait à peine d'école de graphisme, qui faisait les flyers de leurs soirées, qui s'appelle Audrey Elbaz. Et elle son rêve était de faire la direction artistique d'un magazine. Et donc, comme on aimait bien ce qu'elle faisait – elle avait jamais eu d'expérience de magazine –, on a dit que du coup ça sera elle qui fera la maquette, qui établira la charte graphique du truc. Donc il y avait une espèce de conjonction d'intérêt pour faire le truc ensemble. Et c'est ça quand le disait Samuel tout à l'heure qui a pris un peu de temps. C'est qu'on a quand même beaucoup tâtonné sur la boîte qu'on veut créer : est-ce que c'est une SARL, une SCOP, qui est une version hybride. Et toute la paperasse, toute l'administration… On a pris notre temps parce qu'on savait pas au départ.

SK : Ensuite, il a fallu signer un pacte d'associés.

Au moment où vous signez, c'est juste vous trois ?

JVC : Nous cinq, avec Caroline et Benjamin.

SK : Et après il a fallu déterminer le nombre de parts, le budget….

- *Tout l'aspect juridique et technique.*

SK : Et financier. Un boîte quoi.

JVC : Qui va être le président de la boîte aussi.

MZ : Le gérant…

JVC : Qui va gérer le truc. sachant aussi que si on ne paie pas l'imprimeur, qui se déclare comme prenant des risques…

SK : C'était pas toi hein.

JVC : Non non, c'était pas moi, c'était Caroline. Juste, au départ on voulait pas de poste à responsabilité dans le cadre de cette entreprise.

SK : Nous on voulait faire des photos et des articles, un magazine.

- *Juste pour revenir en arrière et mieux comprendre, vous vous êtes rencontrés tous les trois pendant vos études ?*

MZ : Ils se connaissent depuis un peu plus longtemps.

SK : Études d'anglais. Lui (Jean-Vic Chapus) me file une cassette des Stones Roses, moi je lui parle de Pink Floyd. Et puis je le recroise à un concert des Inrockuptibles en 1998, Air pour Moon Safari. Et lui pour Lo Fidelity Allstars. Il me dit qu'il fait son fanzine et je lui dis « *Tiens je fais des photos, j'ai un groupe, je fais de la musique, viens chez moi* ».
Et après, Mathieu arrive en 2001. Parce que moi, je pars à New York pendant un mois, et comme notre fanzine c'était un mensuel, il fallait bien quelqu'un pour faire l'intérim. Et donc j'ai mon vieil ami qui est à Louis Lumière qui me dit « *Il y a Mathieu, il adore la musique* ».

MZ : On avait un ami commun, et voilà.

SK : Mathieu débarque dans le truc et voilà, c'était nous trois.

SK : Et moi j'ai terminé la fac d'anglais.

- *A JVC: Et ensuite vous êtes partis vers le journalisme ?*

JVC : J'étais particulièrement nul en anglais.

SK : Ce qui est marrant aussi, c'est que lui (Jean-Vic Chapus) est un copain de lycée d'Olivier Lamm, qui est maintenant responsable des pages Musique de *Libération*. Et *Planet Of Sound* c'était lui et Olivier Lamm.

- *Question pour JVC : Qu'est-ce qui a changé pour vous, de rédacteur en chef à* Newcomer*, à* VoxPop *? D'autres responsabilités ?*

JVC : C'est pas du tout nostalgique, mais j'en parle toujours comme étant les meilleures années professionnelles de ma vie. C'est assez étrange parce qu'on a jamais été payés dans *VoxPop*. C'est plutôt des années financièrement difficiles, où il fallait beaucoup bosser à côté pour vivre. Mais ça reste le meilleur truc, parce que justement je pense qu'avant *VoxPop*, enfin en tout cas si je prends les derniers *Newcomer*, je savais pas réellement ce que c'était qu'un métier de rédacteur en chef. Et rédacteur en chef, je mets de côté derrière le côté de management, gestion des équipes… Ça m'a fait grandir sur l'appréhension du métier, follement. Et petit deux, c'était super parce qu'en fait, vous découvrez pleins de trucs. Je dis pas qu'à titre personnel j'ai retenu tout ce que j'ai découvert, mais vous découvrez la création de quelque chose de A à Z avec les aspects techniques. Par exemple, c'est un peu débile, je pense qu'il y a pleins de journaux où les gens ne le font pas, mais rien que le fait quand on envoyait le numéro chez l'imprimeur, on partait plus souvent avec Mathieu chez l'imprimeur. Je voyais Mathieu superviser l'impression.

MZ : Parce que j'avais une voiture.

JVC : Et découvrir aussi l'intérêt d'un chef de pub, d'une régie pub, voir ce qui coûte réellement quoi. Aussi, deviner quelles sont les entrées ? N'importe quel journaliste dira « *En ce moment ça va, on vend à peu près 30-40 000 exemplaires* ». En fait, quand vous voyez tout le circuit de ventes, vous pouvez deviner selon la conjoncture, assez vite combien sont les ventes réelles. Comment on peut faire pour impacter un petit peu dessus. Et vraiment, c'est un travail de fourmi qui t'amène pas toujours à la réussite, mais il y a tout un truc de secrets de fabrication d'un journal. Vous partez avec des grands idéaux « *On va faire un super journal, avec des articles incroyables, un style enlevé* ». Et

finalement, vous vous rendez compte que les articles, les photos sont qu'une petite donnée dans des milliers d'autres données qui peuvent déterminer l'existence d'un journal. Il y a des données techniques, des données humaines, des données de conjoncture. Donc tout ce que j'en retire, c'est d'avoir un peu, pas tout compris, mais en tout cas ressenti le problème autour de ça.

MZ : Tous, on a découvert pleins de choses.

JVC : Et comme je pense pour n'importe quelle chose que vous créez, créer un truc de A à Z : le titre, le positionnement éditorial, l'équipe, puis la voir évoluer, c'est un kiff monumental. Et le faire en plus avec des gens dont vous vous sentez assez proches humainement, amicalement, c'est quasiment ce qui peut vous arriver de mieux.

MZ : Après, ça c'est la version idyllique. C'est très très difficile. Pour tous les numéros on se demandait si on allait sortir un numéro après, combien de fric on allait perdre…

JVC : Ouais mais il n'y a pas eu non plus mort d'homme. Mais c'est très dur.

MZ : Il n'y a pas eu mort d'homme, mais il faut pas idéaliser parce qu'on était tous tristes que le journal s'arrête, mais en même temps c'était un soulagement. Il faut le dire.

SK : Grave. Parce que quand le journal s'est arrêté, c'était décidé, c'était choisi. Donc c'est pour ça que ça a été un soulagement.

- *Comment vous gériez vos activités à côté ? Vous étiez pigiste, photographe…*

MZ : On dormait pas.

- *Concernant* VoxPop*, vous faisiez tout après le boulot ?*

MZ : Alors ces deux zouaves n'étaient pas encore pères à l'époque. Maintenant ils comprennent. Moi j'ai eu deux enfants pendant *VoxPop*, en 2006 et en 2009. Donc j'avais non seulement mon boulot, *VoxPop* qui me prenait 50% de mon temps professionnel, et mes enfants à la maison. Donc je m'ennuyais pas quoi. Ça a été un gros gros vide quand ça s'est arrêté.

SK : Moi, au début de *VoxPop*, j'étais prof. Aujourd'hui je suis prof à mi-temps, avant j'étais prof à plein temps, avec des heures supplémentaires. Donc j'étais à 22h par semaine, c'est énorme, plus le supérieur, plus les BTC etc. Donc j'étais à 26-27h d'enseignement par semaine. Du délire. On est sur plus de 60h par semaine de pro. Plus les photos. Et du coup, *VoxPop*. Je gérais ça comme ci, comme ça, comme on pouvait Mathieu avec ses enfants, moi avec ça, et Jean-Vic était finalement plus disponible.

JVC : Et puis moi j'ai une chance, c'est que je dors assez peu. J'ai une grande résistance au sommeil. Je peux tout à fait passer des bonnes nuits à dormir trois heures par nuit.

MZ : Il y a consacré sa vie et son argent. Si quand même tu y as sacrifié des opportunités professionnelles. Il aurait pu vivre beaucoup mieux sans *VoxPop*.

JVC : Ouais mais je me serais peut-être plus emmerdé. Je pense que ça m'a donné plus de trucs.

MZ : C'est évident, quand on le regarde de loin, oui. Mais sur le moment tu ne mangeais pas à ta faim, quoi.

JVC : Je mangeais pas du tout à ma faim. Mais après tout, après chaque numéro, je comprenais complètement l'investissement quand ça sortait. C'est difficile, je dors pas, mais en même temps je trouvais toujours que ça valait le coup. Je trouvais pas que c'était vain.
Il y a pleins de fois où j'ai bossé comme un fou et où je me dis « *Je me force à ça* », j'ai pas d'appétit pour le truc ou ça n'a pas de sens. Là au moins même si ça me rendait pas énormément, qu'on avait pas de thunes… Et le jour où ça s'est arrêté, il n'y avait pas non plus de tristesse à se dire « *Ah c'est terrible* ». C'est cool que ça s'arrête comme ça. C'était super, c'était vraiment accepté par tout le monde. Mais pas une seconde je me suis dit *« Mais qu'est-ce que je fais de ma vie ?* ». J'ai dû me le dire deux trois fois « *Je me sacrifie trop* », mais j'en pensais pas un mot. Franchement, je trouvais que ça avait du sens. En plus, c'est tellement dérisoire à l'époque où on le faisait de se dire que tu te bats, tu sacrifies une partie de ta vie pour un journal papier alors que tu es vraiment en plein dans la crise de la presse qui commence. Je trouvais que c'était aussi noble que de faire du cinéma en noir et blanc quand tout le monde te dit que c'est la 3D. Il y a un truc de romantisme un peu débile, mais faut pas que ça dure trop longtemps. Je pense que plus que cinq ans à ce rythme-là, j'aurais pas tenu, enfin ça m'aurait cassé, voire ma compagne de l'époque qui n'était pas encore ma femme m'aurait dit « *Oh oh c'est bon là* ».

- *Qu'est-ce que ça vous a apporté ensuite pour votre trajectoire professionnelle ? Des opportunités ? Des rencontres ? Vous avez senti une différence après ?*

MZ : Déjà pendant.

SK : Pardon, je vais être méchant. Mais la question est un peu con. Évidemment qu'on a rencontré des gens.

- *Oui mais quand ça s'est fini, ça a continué à décoller pour vous trois ? Vous en tant que photographes, comment ça s'est passé ?*

MZ : Quand tu vas faire tes rendez-vous, tu présentes ton travail, mais comme n'importe quel photographe, et qu'en plus tu sors ton magazine et tu dis « *Voilà, c'est nous qui le faisons, avec trois potes* ». Et tout de suite les gens te disent « *Raconte-moi, c'est génial, tu fais un magazine, c'est dingue* ». Le regard des gens change complètement.

SK : Sachant que moi, mon objectif c'était pas qu'on arrive et que les gens fassent « *Ah c'est vachement bien, tu fais un magazine* ». Non. C'est que les gens disent « *Ah mais* VoxPop *c'est toi* ». Anticiper le truc et envoyer *VoxPop* à la terre entière, dans toutes les rédactions. Qu'il y ait une grande table au milieu du *Monde*, *Libé* il y avait 2-3 aussi.

JVC : Je complète juste pour avant. Mais à cette période de ma vie, je me sentais complètement à ma place. Le fait que vous gagnez pas d'argent et tout ça c'est pas grave. Vous êtes à votre place, vous ne voulez pas faire autre chose. Il y a des fois où vous avez

des postes et vous êtes très bien payé. Ce qui j'ai fait après, parce que j'étais très bien payé mais je ne me sentais pas du tout à ma place.

MZ : *Stylist* ?

JVC : Oui, *Stylist.*

- *Vous avez été embauché juste après ?*

JVC : Oui juste après. J'ai eu de la chance, on m'a proposé un super poste, bien payé.

MZ : Tu l'as eu grâce à *VoxPop.*

JVC : Oui je sais très bien. Quand on m'a proposé le poste il y avait huit personnes qui étaient beaucoup plus prestigieuses que moi. Et finalement c'est moi qui ai eu le poste parce que finalement créer un magazine, tout ça… Mais là je me sentais pas du tout à ma place : dans l'argent qu'on me proposait, dans l'équipe que j'avais à gérer, dans la hiérarchie que j'avais à subir. Le fond du journal, quand je le regardais, j'avais aucun plaisir. Je me disais que c'était mauvais. J'étais pas du tout à ma place. Et là, j'étais complètement à ma place. C'est très important, que ça soit un travail, ou n'importe quoi dans la vie, de vous sentir à votre place.

- *Et ensuite vous êtes allés chez* So Film *?*

JVC : Oui, c'est ça. En fait, c'était un peu particulier, parce que pour la petite histoire, on s'est toujours senti, surtout moi d'ailleurs, en espèce de communauté d'esprit avec les gens qui ont fait *So Foot*. Parce que déjà, petit un, ils ont le même âge que nous. Ils ont eux aussi un passé de fanzineux, un peu près à la même période.

SK : A la même période.

JVC : On s'est croisés sans vraiment se connaître. Et comme au moment où on faisait *VoxPop* on se posait beaucoup de questions sur l'avenir du journal. Au moment où on a commencé à se dire que c'est difficile financièrement, et qu'on voyait que *So Foot* était une entreprise indépendante, avec un peu la même ADN et qui avait elle, réussi très très vite, on est allé les voir. Enfin c'est moi qui ai demandé un rendez-vous avec le patron de *So Foot,* Franck Annese, pour lui dire « *Explique-moi comment tu fais* ». Mais c'était juste « *Dis-moi comment tu fais* ». Ils nous connaissaient déjà, on les connaissait déjà, ils lisaient *VoxPop*.

- *Vous aviez d'ailleurs fait un sujet sur eux ?*

JVC : Ouais ouais. Et on s'entendait bien sans être hyper proches, et donc au fur et à mesure, on se rapprochait d'eux.

MZ : Avec l'espoir secret quand même de se faire intégrer à So Press.

JVC : Idéalement on se disait que c'était le meilleur pour *VoxPop* : intégrer So Press, qui en plus étaient des gens dont on se sentait humainement très proches de nous.

MZ : Voilà, on savait qu'ils allaient pas nous embêter sur le contenu du magazine, parce qu'ils aimaient à peu près le même genre de choses que nous.

JVC : Donc à l'époque ils sortent *So Film*, je crois en 2012, sans grand espoir de faire quelque chose de bien. J'entretiens un contact régulier avec les personnes de So Press, à demander des conseils, à se croiser dans les soirées et compagnie… Et quand ils lancent *So Film*, ils sont à chaque fois en galère d'articles. J'avais fait une interview pour *VoxPop* d'un acteur américain qui avait joué dans Reservoir Dogs, qui est l'acteur favori de Tarantino. L'interview était assez cool. Et comme régulièrement quand je parlais de *So Film* avec les mecs de So Press ils me disaient « *C'est la galère, on a jamais d'articles, c'est lamentable, c'est vraiment trop difficile* ». J'avais cette interview que je destinais à *VoxPop* et j'ai dit « *Si vous voulez, je vous la donne, je la fais pour vous, c'est pas payé, c'est pas grave* ». Eux nous ont fait des articles, pas payés.

SK : Stéphane Régy nous a fait un article sur une secte, comme il était dans le coin.

JVC : Donc au fur-et-à-mesure, on commençait de plus en plus à se rapprocher d'eux. Et pour la petite anecdote qui pour moi est toujours très significative, bon esprit de ces gens avec qui je travaille désormais, c'est que pour le dernier numéro de *VoxPop*, on avait annoncé un peu vite à ces personnes qu'on aimait bien qu'on allait arrêter *VoxPop*. Ben Franck Annese m'a direct répondu en disant « *C'est triste, mais je comprends que vous l'arrêtiez* ». Et lui lançait son label de musique, son grand rêve de départ. Et lui nous a pris hyper symboliquement une page de pub alors qu'il n'avait pas le budget pour ça, dans le dernier numéro qu'il a quand même surpayé. Juste parce qu'il a dit « *Voilà je veux marquer le coup, parce que c'est cool* ».

SK : Il disait « *Ouais tu as besoin de combien ?* ». Je crois que pour bien liquider je lui avais fait 2500 ou un truc indécent comme ça. Mais c'était cool de sa part. Cadeau d'au revoir.

JVC : Mais je pense que si il avait eu les moyens de prendre le truc dans So Press, il l'aurait fait. Après j'en avais parlé avec lui, c'était une époque où tout ce qui était magazine musical, ce qui reste son grand rêve, il avait déjà étudié quand même le modèle économique d'un magazine musicale, et pour lui c'était quoi qu'il se passe un gouffre à thunes. Et comme la boîte avait pas les reins assez solides à l'époque, il disait « *Ouais mais non* ». C'est un truc à couler complètement.

SK : Nous la boîte a tenu parce qu'il n'y avait aucun salaire. Les charges c'est très simple, c'est l'impression, les envois, le loyer – 800 balles par mois –, le chef de pub.

MZ : C'était plus que ça. C'était 1400.

SK : Donc il y avait une fois la commission du chef de pub, et c'est tout. C'est tout ce qu'il y avait comme charges. Et les frais photos quand le magazine pouvait les payer, quand c'était pas nous qui les payions. Mais en fait c'était grâce à ça que le magazine a pu tenir aussi longtemps. Si il y avait eu rien qu'un salaire avec les charges, ben c'était fini. On a terminé six ans de *VoxPop* à + 1000 euros sur le compte, sachant qu'on a mis 15 000 à la base. Donc on a perdu 14 000 euros, mais c'est rien. Et pourquoi ? Parce que personne n'était payé. Les charges c'était impression, envoi, loyer et chef de pub. Et de temps en temps peut-être un billet de train quelque part, pour aller faire un reportage.

MZ : Oui, c'est une sacrée performance.

SK : Forcément, comme dit Jean-Vic, oui un magazine musique c'était un gouffre à thunes. Et il fallait payer trois personnes.

MZ : Vu le peu de gens qui achètent ça aujourd'hui, on ne peut pas compter sur les ventes. L'économie des maisons de disques ne leur permet pas de prendre des pubs à des tarifs super élevés, c'est vraiment ridicule quoi.

SK : Alors là moi je suis pas du tout d'accord. C'est juste qu'ils ont pas voulu nous donner des coups de main.

- *Et au niveau de vos abonnés ?*

SK : Ouais il y avait quelques abonnés, mais bon voilà quoi…

MZ : Les abonnés, c'est clairement un chantier qu'on aurait dû beaucoup plus travailler en amont, parce que c'est là où tu gagnes le plus d'argent, parce que tu n'as pas de pourcentage à filer aux NMPP, aux distributeurs. Tout est intégré dans la boîte. Et on en avait pas assez, alors que franchement je pense qu'on aurait pu en avoir au moins deux fois plus.
Ça c'était une de nos erreurs stratégiques, parmi les nombreuses.

SK : Parmi les nombreuses. Parce qu'on a jamais été bons chefs d'entreprise, mais ça je l'ai déjà dit.

- *C'est d'autres facettes que vous avez dû découvrir ?*

SK : Non, qu'on a dû assumer. Assumer, légalement. Et on est pas très bons chefs d'entreprise, et c'est pas grave. Mais on a réussi à limiter la casse à être à +1000 à la fin de cinq ans.

- *J'aimerais revenir à l'importance de la photo dans* VoxPop.

SK : Je pense que Jean-Vic va résumer ça en deux mots.

JVC : Non, non allez-y.

SK : L'excellence photographique.

- *C'était donc la condition que vous aviez posée, vous deux ? (Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo)*

MZ : A partir du moment où parmi les trois fondateurs d'origine, il y a deux photographes, évidemment qu'on allait se faire plaisir.

- *A SK : La dernière fois, vous me disiez que vous aviez donné leur chance à pas mal de personnes. Vous aviez mentionné quelqu'un qui a shooté la couverture du M*

magazine. Et vous me disiez que par contre, les couvertures de VoxPop *étaient pour vous.*

SK : Oui, parce que c'était notre truc. A un moment, c'est aussi notre vitrine. Clairement, c'est pas parce que c'est la couv, c'est que c'est la vitrine.

MZ : Et on a pas fait toutes les couv.

SK : On a laissé quelques couv. Je me souviens que l'avant-dernière couv que j'ai laissée à Delphine Ghosarossian avec Passion Pit alors que moi je devais faire Blur. Et j'ai dit non, on va la laisser à Delphine.

SK : L'idée c'est de faire de la détection et de toujours être curieux.

MZ : Jean-Vic a découvert Nico Prat.

SK : Il a découvert pas mal de personnes. Que ce soit Anthony Mansuy... Enfin, il en a découvert plein. Des noms, des signatures qu'on voit aujourd'hui. Nous on a fait notre boulot de détection, et voilà.

MZ : En fait on faisait vraiment le journal qu'on voulait voir.

SK : On a fait le journal qu'on voulait lire. C'est vrai que dans les magazines musicaux c'était toujours assez moche. *Magic* c'était pas mal, mais il y principalement des photos de presse, il y avait assez peu de production. Et du coup on voulait tout produire, pour avoir vraiment une identité visuelle. Jean-Vic voulait des papiers longs. Nous on voulait des grandes photos.

MZ : Là il y a *i-D* dans la présentoir. Comment ils ont installé leur image ? Parce qu'ils ont fait bosser des photographes à eux qu'on voyait pas ailleurs et que c'était comme *The Face*, tous les journaux emblématiques en Angleterre, c'est parce qu'ils avaient une signature forte, photographiquement. Et en plus, une écriture.

SK : D'ailleurs, on a calé les mesures de *VoxPop* sur *i-D*. Ça c'était la grosse référence d'Audrey, la graphiste. Elle rêvait d'être DA de *i-D*, c'était son grand modèle quoi.

- *Est-ce que vous êtes encore en contact maintenant avec ces personnes qui ont participé à l'expérience* VoxPop *?*

MZ : Certaines personnes oui.

JVC : Il y en a pas mal qui sont à So Press. Maxime, Anthony. J'ai embarqué Audrey dans So Film.

SK : Audrey, la DA de *Voxpop*, est devenue la DA de *So Film*. C'est pour ça que quand on regarde *So Film* et qu'on regarde *VoxPop*…

MZ : On reconnaît une patte.

- *De tout ce que vous avez dit, c'est plutôt du positif que vous gardez de cette période… Même avec des galères.*

MZ : Bien sûr.

SK : C'est comme toute aventure humaine. On peut pas dire tout est positif, tout est négatif. Non. Il y a eu des bons souvenirs, et il y a eu des autres.

MZ : Il y a eu des grosses engueulades, il y a eu de la merde…

SK : Mais heureusement.

MZ : Des grosses frayeurs économiques, mais globalement c'était quand même plus positif que négatif.

- *Est-ce que vous le referiez maintenant ?*

MZ : Aujourd'hui, non.

SK : Ah mais non, mais tout le temps. Moi tous les ans c'est moi qui renouvelle voxpopmag.com, le nom de domaine. Et c'est moi qui le renouvelle, je le paie. Mais juste par fierté. Je sais pas, je pense que ça me ferait chier. Mais carrément pas.

MZ : Mais ça veut dire qu'on reviendrait en 2006, tu le ferais pas ?

SK : Ah si !

- *Donc à l'époque oui, mais pas maintenant ?*

MZ : C'est même le monde aujourd'hui, qui n'est pas propice à ça du tout. Tu vois l'importance qu'Internet a pris depuis, les blogs ça n'existe même plus. Il y a *Konbini* et *Brut*, et voilà, c'est tout. Ça prend toute la place quoi. Aujourd'hui tu peux pas lancer un magazine de musique comme *Voxpop*, ça serait suicidaire.

SK : Ou une revue comme *21*.

MZ : Lui c'est un idéaliste.

SK : Moi c'est très simple. Si So Press ou Gallimard ou Flammarion nous disaient « Voilà, on va mettre 50 000 de budget pour faire un bi-annuel sur la musique et tout », je ferais, sinon non.

MZ : C'est pas un magazine là, tu parles d'une revue.

SK : Oui, ça m'intéresserait pas de faire un magazine. Franchement ça n'a aucun intérêt de faire un magazine. Toi tu te replongerais dedans ?

MZ : Regarde ce qu'il y a dans les kiosques en terme de magazines musique.

SK : Vous voyez les trois personnalités différentes, c'est pour ça c'est des personnalités hyper complémentaires. C'est pour ça que ça a marché depuis vingt ans.

JVC : Moi j'ai toujours l'impression qu'il ne faut pas faire de plans sur la comète. Il y a l'envie de le faire ou pas. Ça marche, ça marche pas, c'est pas le soucis. A un moment vous avez une étincelle ou vous l'avez pas.

MZ : Le poète.

SK : Moi on me dirait, c'est très simple « *T'emmerde pas sur l'administration, faites un magazine comme ça* ».

MZ : Mais bien sûr, c'est trop facile quoi. Évidemment, mais tu sais que tu vas devoir te coltiner tous les trucs relou.

SK : Non, pas les envois, pas les factures, pas la compta.

MZ : Ça on était ok pour se le coltiner quand on avait 27-28 ans. A 42-41 ans, tu n'as plus envie de ça.

SK : C'est l'âge. On l'a fait pendant quinze ans et on a passé l'âge.

MZ : J'ai passé l'âge, pas envie de me bousiller la vie, la santé pour un truc qui ne va rien me rapporter.

- *Cette expérience dans un sens vous a aussi permis de comprendre ce que vous ne voulez plus, non ? Quelles leçons ?*

MZ : Alors ça je pense qu'on l'avait compris avant, ce qu'on voulait pas. Là où on voulait pas aller.

SK : On voulait pas être des esclaves.

MZ : Tu as une grosse énergie, une grosse envie de faire un truc à toi, il faut pas trop te poser la question. Faut le faire.

JVC : Tu vois si tu as une envie, si c'est faisable…

MZ : On est parti sans vraiment savoir si c'était faisable ou pas.

JVC : De toute façon à l'arrivée, quoiqu'il se passe ton truc mourra. Je pense que tu peux pas prévoir des histoires de chiffres, de conjoncture… A un moment tu as envie de faire quelque chose…

MZ : Ça c'est le discours que j'avais à la fin de chaque bouclage « *De toute façon c'est bon, on l'envoie chez l'imprimeur* ». On avait pas de quoi payer.

JVC : Mais tu t'en tires toujours. Je les ai eu ces angoisses. C'est constitutif du truc. Je pense que tout le stress, tout le bordel.. Enfin, c'est ce que nourrit un peu la machine aussi, qui faisait que le truc était globalement pas mal.

MZ : En tout cas si il n'y avait pas eu Jean-Vic, qui est quand même une force d'impulsion.

JVC : D'inconscience.

MZ : D'inconscience. Mais qui est motrice. Je pense qu'on l'aurait jamais fait. Parce que lui avait cet enthousiasme qui nous a tous convaincus. On s'est dit « *Si lui y croit, il doit avoir raison, donc on y va* ».

JVC : Alors que je peux envoyer tout le monde dans le mur, mais c'est pas grave.

SK : En vrai, c'est une drogue le truc.

- *Vous étiez complètement dedans ?*

SK : C'est compliqué une fois qu'on y a goûté. Et à l'époque, c'était plus facile. On avait des disques gratos, c'était avant, on l'avais un mois avant, on avait rencontré des gens qu'on aimait bien, on faisait des voyages…

JVC : Et même des gens qu'on aimait pas.

MZ : Sur un plan purement professionnel, on publiait les photos qu'on voulait. Et on faisait les photos qu'on voulait. Il y avait personne pour nous embêter en disant « *Non, ta photo tu ne vas pas la faire comme ça* ».

SK : On a même publié une photo de chien. On trouvait ça trop marrant.

- *Quel est votre meilleur souvenir ?*

SK : Il y a pas vraiment de meilleur souvenir.

- *Ou votre photo préférée ?*

SK : Alors j'en ai une. Parce que c'était la seule fois de ma vie où j'ai voulu faire quelque chose et j'ai réussi. C'était la couv avec MIA. Je voulais faire une couv à la *Vogue* des années 80 avec une superstar. Et j'ai un souvenir photographique comme ça. Et après un souvenir humain… Je sais pas.

MZ : Faudrait que je reprenne les magazines.

SK : (A Mathieu Zazzo) Toi c'est peut-être ta photo de David Lynch ou ta couv de Cat Power ?

MZ : Cat Power. C'est pas forcément la photo qui est en couv, mais la séance photo en elle-même. J'avais une demi-heure et on est partis pendant une heure au jardin des Tuileries. On n'arrêtait pas d'essayer de faire des trucs. J'avais pris des vieux appareils un peu pourris, que j'avais jamais utilisé pour ça et j'étais super content du résultat. C'était tout dans l'excitation, c'était vraiment génial.

SK : On essayait des choses. De fait, quand c'est comme ça un peu tout le temps, il n'y a pas de meilleur souvenir.

MZ : Moi j'ai des très bons souvenirs quand même de ce que disait Jean-Vic, quand on allait chez l'imprimeur. J'adorais ça.

- *Il était où cet imprimeur ?*

MZ : Bois-Le-Roi. Et après il a été imprimé en Espagne.

SK : Oui parce qu'on avait plus de sous. Et malgré la grosse ristourne que nous faisait déjà l'imprimeur Siep à Bois-le-Roi, c'était encore 20% moins cher. Ça devait être quand les loyers ont augmenté…

MZ : De voir ton canard sortir des rotatives, c'est un truc assez magique.

JVC : Clairement le dernier numéro moi. Je trouve que c'est, très très prétentieux, mais quasiment le meilleur numéro de magazine que j'ai lu ces dix-quinze dernières années. Il n'y a quasiment pas une faute : de la couv… Il y a un dosage parfait. C'est plus un truc de rédacteur en chef, mais quand vous avez un magazine, vous l'imaginez beaucoup avant qu'il se fasse au fur et à mesure qu'il est en train de se faire vous vous dîtes « *Tiens, il manque un truc pour qu'il y ait une espèce d'équation* ». C'est quasiment le sommaire parfait, qui est pas forcément le sommaire qui colle à l'époque, mais la façon dont vous le ressentez… Les photos… Et ce numéro-là, quand je le regarde, à chaque fois je me dis qu'on est quasiment dans le numéro parfait, dans ce qu'il a, dans la façon dont les photos sont fixées.

SK : Moi c'est le numéro de MIA.

JVC : Je pense que les deux numéros parfaits sur ces dix dernières années pour moi c'est ce *VoxPop*, et le *So Foot* spécial Maradona. C'est les deux meilleurs trucs qui ont été faits en terme de magazine.

MZ : Moi j'ai un super souvenir aussi de quand on a fait le numéro Angleterre, qu'on enchaînait tous les rendez-vous. On est allé dans l'usine de Doc Martens...

JVC : Globalement il y avait des très bons trucs.

- *Vous étiez aussi à Lisbonne pour le premier je crois ?*

MZ : Ah oui Lisbonne, c'était un pur souvenir.

JVC : J'ai beau tourné et retourné les choses, il n'y a pas beaucoup de mauvais souvenirs. Même si il y a eu des engueulades, des coups de stress, où c'était clairement la fin annoncée avant que la fin réelle arrive… J'ai beau voir ça, je vois ça comme des phénomènes de la vie du truc, plus que des choses qui étaient difficiles à encaisser.

MZ : En tout cas sur un terme purement humain, ça a vraiment cimenté notre relation amicale à tous les trois. Maintenant qu'il y a plus *VoxPop*, c'est vachement plus apaisé, et plus simple aussi, parce qu'il n'y a pas d'intérêt commun en jeu. Donc ça c'est un truc à

savoir aussi quand tu te lances dans une aventure économique, dans une société, les relations amicales peuvent en pâtir aussi.

- *Et vous avez réussi à toujours être amis six ans après la fin de VoxPop.*

MZ : Oh ben plus qu'avant même je pense ! Ça a renforcé notre amitié.

SK : Parce qu'on a choisi d'arrêter *VoxPop* et on ne l'a pas subi. Et justement pour préserver plein de choses, dont notre amitié. A un moment on a dit que ça allait plus devenir des emmerdes qu'un plaisir. Il faut toujours arrêter comme un bon groupe de rock, avant de faire l'album de trop. Après on s'est fait chier avec Mathieu pendant un an et demi pour liquider la société. Maintenant Kirszenbaum-Zazzo, on est liquidateurs d'une société. Et donc pour la liquider, fallait aller au tribunal de commerce. Et le jour où j'ai reçu les papiers chez moi, que c'était fini, vous êtes radiés.

MZ : Tu avais le nom sur ta boîte aux lettres d'ailleurs.

SK : Je l'ai toujours. Il faut que je l'enlève.

- *Quels conseils donneriez-vous à une jeune qui a envie de se lancer dans la création d'un média ? Pas forcément un magazine.*

MZ : Pars pas tout seul. Pars avec quelqu'un qui a de la thune ou est hyper carré, qui est administratif, et que ça fait pas chier de le faire. Quelqu'un qui aime faire ça.

SK : Ou quelqu'un qui a une vision entrepreneuriale dans le projet.

MZ : Et à mon avis le plus important, c'est de se lancer là-dedans pour des bonnes raisons.

JVC : Oui, pour des bonnes raisons. Et je suis assez d'accord avec vous, le voyant tous les jours, évidemment que ça serait plus dur de se lancer aujourd'hui, je pense que même si tu te lances, tu es carré, tu t'associes à quelqu'un et à plusieurs personnes qui ont une vision entrepreneuriale.. pour autant ça va être difficile. Donc cet espèce de présupposé de se dire « *Ouais pars avec une idée* », je pense qu'aujourd'hui ça ne suffit plus. Et c'est ça qui est un peu le kiff de l'époque. Et je pense que c'est tellement plus dur aujourd'hui de lancer un média. Ça peut vraiment être décourageant pour certaines personnes, du coup ça écrème le nombre de postulants à cette envie. Si vraiment quelqu'un a très envie de le faire, a l'idée, la vision, l'enthousiasme..

MZ : L'important c'est d'avoir une vision éditoriale qui soit un peu inédite.

JVC : Oui et qu'il y ait un truc à dire. Après je ne crois malheureusement pas – mais c'est comme les disques, c'est comme les films, c'est comme les livres – je pense que beaucoup de choses ont déjà été écrites, enregistrées… Je pense pas qu'il peut arriver qu'aujourd'hui avec une vision complètement inédite. Par contre, si tu connais un petit peu la presse, que tu l'as lu, vu des pages Internet en veux-tu en voilà, enfin que tu connais un peu le passé…
J'ai un exemple très simple. Une des jeunes personnes qui avait commencé à écrire dans *VoxPop* et qui aujourd'hui est à So Press, et mon voisin de bureau à So Press, il s'appelle Anthony Mansuy, qui est…

MZ : C'est son fils spirituel.

JVC : Mon frère spirituel. Qui est un homme qui a un espèce d'enthousiasme fou pour des trucs. Là en ce moment il est en train de découvrir le *New York Magazine*. Avec beaucoup de retard, mais il se lit des bouquins tous les jours. Le mec est tellement enthousiaste. Avant il était très enthousiaste sur ces grands reportages sur Steve Bannon pour *Society*. Il a des enthousiasmes comme ça répétés, un peu fous. Le mec a tellement faim de faire quelque chose que je trouve que son enthousiasme renverse des montagnes.
Donc si vous avez envie de le faire et que vous êtes persuadés que votre place est là à ce moment-là, de créer un site, une application, un magazine… Réussite, pas réussite, compliqué, pas compliqué… Pourquoi freiner si on est persuadé d'être légitime à ça, à ce moment-là ? Le ridicule ne tue pas. En tout cas il a été prouvé par le passé, à plusieurs occasions, que le ridicule ne tuait pas. Regardez, les hommes politiques sont la preuve vivante que le ridicule ne tue pas. L'argent, vous pouvez en perdre. On vit dans un monde merveilleux où vous pouvez le retrouver aussi. En fait, il n'y a pas beaucoup de risques. Et d'autant plus dans un milieu comme celui de la presse dans un sens très large, où on dit que tout va mal, que c'est la crise, que les gens sont mal payés. C'est vrai, c'est la crise, les gens sont globalement mal payés. Mais honnêtement, quels risques vous prenez à essayer de vous faire cette place là-dedans. Le risque c'est d'une vie où vous gagneriez 3000 euros, c'est de passer pour quelques temps à une vie où vous gagneriez 1000 ou 1400 euros.
Regardez je vais remplacer ça sur un truc encore récent. A votre avis Jean-Louis Brossard et Béatrice Masset ils gagnent combien ?

MZ : Pas grand-chose.

JVC : Je peux te le dire. Jean-Louis Brossard gagne 2100 euros par mois. tu sais combien de propositions de boulot hors Transmusicales il a eu ? Je l'ai appris l'année dernière.

SK : 453 000 ?

JVC : Ouais, dont tu as des gros postes de DA chez Universal. La Mano Negra et Noir Désir lui ont proposé plusieurs fois d'être leur manager. Et le mec a toujours refusé parce qu'ils se sentaient bien à son truc. Les mecs c'est évidemment pas Les Vieilles Charrues leur festival, mais en même temps ils font bien leur truc. Je pense qu'Annese, dans une autre boîte qui n'est pas la sienne, il gagnerait bien mieux sa vie. Il ferait pleins d'autres trucs. Est-ce que pour autant il serait plus heureux ?
Non, il n'y a pas de risques. Après tout, à l'heure quand tu disais, et tu as complètement raison, pourquoi ça ne peut pas se refaire *VoxPop* aujourd'hui, parce que simplement par contre faut être réaliste, c'est que l'énergie que tu as à un certain âge, tu ne l'as plus forcément de la même façon. Mais par contre le mythe des vieux fanzineux qui à 35-40 voire 50 ans disent « *Ah je vais refaire un truc et tout dans des niches* », ça peut vite virer complètement pathétique.
Et il faut un peu se respecter quand même.

SK : C'est comme *Magic*, comme les *Inrockuptibles*… Pour moi, parler de musique après 35 ans, non.

JVC : Reprenons l'exemple. Le vieux pour moi de 65 ans me paraît plus légitime que des plus jeunes.

SK : Il y en a plusieurs, il y en a pleins. On peut chapeauter, mais tout en laissant la place aux jeunes.

Pour JVC : *Vous êtes maintenant à So Film, donc c'est plus le cinéma. Vous en aviez marre de la musique ?*

JVC : Non, honnêtement ça a été une opportunité. C'est comme quand on m'avait proposé *Stylist*. Le cinéma, j'en regarde beaucoup, mais je suis absolument pas cinéphile. Mais par contre, je crois qu'on m'a proposé de prendre *So Film*, en tout cas Franck me l'a présenté comme ça, parce qu'il avait très bien compris que je n'étais pas du tout un des cinéphiles de cette boîte, mais par contre, comme il savait que comme j'avais fait rédacteur en chef plusieurs fois, il savait que j'avais une façon de demander un type de sujet plutôt qu'un autre. Ça me faisait marrer parce que ça me sortait un peu d'un truc qui était strictement la musique. Et puis, plus les propositions qu'on vous fait vous paraissent contre-intuitives, plus ça vous paraît éloigné de ce que vous pouvez faire, plus il faut les accepter pour voir est-ce que vous êtes capables de le faire ou pas, est-ce que vous aimez ça ou pas… Je suis pas persuadé que moi depuis que je suis à *So Film*, c'est assez terrifiant, mais j'ai toujours aucun plan de carrière dans le cinéma, c'est même un monde que j'ai quand même globalement appris à plus détester qu'avant d'y aller. C'est quand même un monde où les gens sont assez désagréables. Après j'aime beaucoup ce magazine, j'aime beaucoup les gens avec qui je travaille. Il y a une petite équipe, un peu dans le genre *VoxPop*, avec des gens un peu acharnés et marrants hors-cadre, donc ça c'est très agréable. Mais non, on m'aurait proposé un magazine de jardinage au sein de So Press, je pense que j'aurais dit oui aussi, parce que c'est surprenant. Mais si on me repropose, comme on me l'a déjà reproposé, de faire de la musique, non seulement je dis oui parce que quand même principalement ce qui m'intéresse. C'est pas ce qui m'intéresse plus que le reste, mais c'est ce sur quoi je pense que je suis un peu plus fort que d'autres. Deuxième moment de prétention.

- *La musique est donc plus votre domaine de prédilection ?*

JVC : Oui, je suis plus rapide que pleins de personnes pour sortir certains trucs. Mais après, le cinéma c'est marrant. Mais en fait la rédaction en chef vous pouvez l'appliquer dans pleins de types de magazine sans être un grand spécialiste. Et ça c'est plutôt l'école So Press. On est dans une boîte où on nous fait sentir quand on arrive dans cette boîte, qu'on a plutôt une curiosité naturelle à être journaliste, qu'on peut aussi bien traiter un sujet politique qu'un sujet culture. En fait on doit pas se restreindre sur un type de sujet. Moi j'évolue dans une boîte où on nous suggère que tout le monde peut tout faire si on a l'envie.

MZ : Il y a un gros intérêt là-dedans. De l'autre côté c'est que pour le lecteur, un mec comme moi qui n'est pas du tout fan de foot, qui s'y connait pas du tout, il lit avec plaisir *So Foot*. Parce que c'est fait par des vrais journalistes qui savent angler, qui savent raconter des histoires. Ça c'est le grand motto de Franck Annese.

JVC : Mais qui sont pas des geeks, ni de foot, ni de cinéma.

MZ : Il y a un truc d'aller chercher le lecteur aussi qui est vachement plus sympathique aussi.

JVC : Ce que nous on avait essayé de faire à travers *VoxPop*, c'était aussi ça une des centaines de motivations au départ, c'était qu'on était quand même tous les trois au départ plutôt intéressés par la musique. D'ailleurs on parle plus de musique entre nous qu'on parlerait de jardinage. Jardinage on en parle assez peu souvent. Enfin j'ai pas le souvenir de conversations sur ça, mais de fait on a entre les mains de temps en temps, ou on lit des sites spécialisés, et c'est vrai qu'à l'époque où on sort *VoxPop*, j'ai pas l'impression, en tout cas moi à titre personnel, la plupart des choses que j'ai entre les mains soit m'énervent, soit je les trouve trop snob. Je trouve que la presse musicale à cette période-là a un côté très technique, elle sait pas raconter des histoires, elle raconte des trucs à des spécialistes.

SK : Soit c'est technique, soit c'est suiviste avec six mois de retard.

MZ : Soit c'est de la littérature de fanboy.

JVC : Soit c'est de la fausse littérature, et que nous on avait plutôt le goût, en plus du goût pour les belles photos, le goût de se dire que cette musique qui nous intéresse tellement, et nous fait vibrer, en fait il y a peut-être un moyen en la mettant dans le cadre d'histoires, de reportages, d'un truc un peu sociétal, il y a peut-être moyen de faire comprendre qu'un artiste qu'on aime, qui est par définition un peu obscur, en le vendant avec des photos un peu jolies, sur le terrain, avec des angles un peu différents, il y a peut-être moyen de concerner dix personnes ou douze personnes. Grosso modo, c'est une très modeste ambition, mais de se dire que la presse culturelle, et ça c'est autant la presse littéraire, que cinéma, que musique, c'est quand même et toujours aujourd'hui trop une presse de spécialistes, où les passionnés parlent aux geeks. On reste entre geeks et c'est très désagréable de vous dire que mon artiste préféré on serait dix à l'adorer dans le monde, et on est un petit club très sélectif. Moi ça me gêne pas si on est trente, voire 2000 à l'adorer pour pleins d'autres raisons.

- *Et du coup, est-ce qu'il y aurait un magazine maintenant que vous admirez ? Que vous aimez bien lire ?*

SK : Ah ben oui. Il y en a deux.

- *En France ?*

SK : Ah oui, non. En France il y a un magazine bien ?

MZ : Visuellement, je trouve que *le M* s'en sort bien.

SK : *Society*, il y a des fois des trucs qui sont bien. Visuellement moi j'ai été très clair avec eux sur le sujet, mais je suis en désaccord complet avec le visuel. Mais c'est leur parti-pris que je respecte. Je suis pas d'accord avec mais ça ne m'empêche pas d'être abonné depuis le premier numéro.

MZ : *So Film*.

SK : Ouais mais hors « So sphère ». Le *M*. Je suis aussi abonné depuis le numéro 1.

S'il n'y a pas Ariane Chemin, Raphaëlle Bacqué, Vanessa Schneider, ou Zineb Dryef, je le lis un peu plus vite ceci dit.

- *Vous êtes plus magazines américains ?*

SK : Alors moi il y en a deux. Il y en a un qui est anglais et l'autre américain. C'est *Dazed and Confused*, qui est plus visuel. Après c'est un magazine de photos, qui s'appelle *Aperture*. Les deux, je suis abonné.

MZ : Mais après tu lis le *New York Times* sur internet ?

SK : Ouais.

MZ : Moi j'ai l'impression que les magazines tu les achètes pour les regarder, pas pour les lire. Mais tout ce que tu lis en presse, tu le lis sur internet.

SK : Ouais, c'est vrai.

JVC : Je vous l'ai déjà dit, moi depuis deux ans, je recommence, enfin je recommence à racheter et à lire *Libération* qui je trouve est vachement bien. Je trouve que *Libé* a vachement augmenté d'intérêt.

MZ : Mais c'est un quotidien, et on parlait de magazines.

SK : *Grazia.*

JVC : Non en fait il n'y en a aucun de magazine que j'achète. Si, peut-être la chose sur laquelle je prends le plus de plaisir, je suis très client des *Jours*.

SK : Ah oui, *Les Jours*.

JVC : Je trouve que c'est super. Et même les trucs internationaux, je lis plus de sites américains. Je trouve que c'est de mieux en mieux. Après il manque toujours un petit truc. Mais non, en magazine papier, c'est vrai que j'achète moins. Je trouve un plaisir à lire quelques trucs de temps en temps.

SK : *Marie-Claire* des fois fait des trucs pas mal.

JVC : Ouais mais la mise en page est tellement vieille…

SK : Je réfléchis…

MZ : *Mouvement.*

SK : C'est bien même si c'est un petit peu trop compliqué pour moi. Vous voyez ce que c'est *Mouvemen*t ?

- *Juste de nom.*

SK : Ça a été fondé par un ancien du Celsa. C'est un peu les bébés *VoxPop.*

MZ : C'est beau, même si ça peut peut-être paraître un peu élitiste à certains.

- *Bon, c'est un sacré constat.*

SK : C'est qu'il y a pleins de choses à faire, c'est juste qu'en France on les fait pas. Il y a pleins d'endroits dans le monde. *D La Repubblica* c'est mortel, *New York Times Magazine* c'est extraordinaire, *New York Magazine* c'est beaucoup mieux, *Guardian Weekly* c'était cool.

MZ : En Italie, tu as deux-trois magazines vachement bien.

SK : Espagne. Il y en a partout. Il y a juste en France où c'est pourri. Il y en a des magazines super cool. C'est juste en France. c'est pas défaitiste, c'est juste qu'en France c'est Xavier Niel qui a beaucoup d'argent qui investit dans les *Inrockuptibles* et qui fait « *Salut, on va faire ce que vous faisiez plus trop bien, mais on va le faire encore en pire* ». Donc les ventes se cassent la gueule. Tout est une catastrophe dans ce magazine. Pour moi c'est ultra symptomatique de la France. *Les Inrockuptibles* c'est symptomatique de la presse française. Tu as un potentiel pour faire quelque chose. Il y a de l'argent, mais l'argent vient du mauvais endroit. Les décisions sont prises à l'envers, enfin tout est fait à l'envers, et on dit que ça se vend pas, que c'est une catastrophe économique. Ils sont pas en adéquation avec ce qu'on attend, ni grand public, ni les dénicheurs, ni les précurseurs, les prescripteurs. En fait, personne n'a besoin des *Inrockuptibles*.

JVC : C'est un assez bon résumé je trouve.

- *Vous lisez pas les Inrocks ?*

SK : Non. Alors eux (Jean-Vic Chapus et Mathieu Zazzo) étaient des grands grands lecteurs. Ce magazine ne sert à rien. Et c'est symptomatique de la presse française. A quoi ça sert ? C'est pas mal, mais c'est pas beau. C'est pas si mal écrit, mais c'est pas fou non plus. Les photos sont bien, mais sont pas ouf. Ils parlent de choses qui sont ni trop novateurs, ni trop polémiques. Et quand ils font une polémique et ben c'est Bertrand Cantat. Trouvez autre chose, ou fais Bertrand Cantat, mais autre chose, parce que tu es un magazine ultra-polémique et que tu n'as peur de rien. Tu es *Vice* dans les années 2000, tu y vas, tu n'as peur de rien, tu mets des traces de poudre de coke en couv. Je me souviens d'une couv de *Vice* en 2001 avec un effet miroir et des traces de cocaïne. Le numéro d'après c'était tout un numéro sur les trisomique 21, et un numéro spécial avec que des trisomiques 21 qui étaient rédacteurs en chef d'un truc, tout ça pris en photo par Terry Richardson. Je vous l'amènerai en cours, ça s'appelle Special issue. Avec des séries mode de Larry Clark qui photographie des vrais junkies en train de se défoncer pour de vrai, habillés en je sais pas quoi. Allez les *Inrocks*, allez là. Mais les *Inrocks* ils font Eddy de Pretto, Angèle, Nora Hamzawi et après « *Hey, Bertrand Cantat* ».

MZ : Et Booba.

SK : Pardon, je m'énerve. Et c'est ça la presse française : catastrophique. Alors que les Anglais, les Espagnols, les Allemands, les Américains, un peu tout le monde, tient une ligne, soit provocatrice, soit consensuelle, soit artistique, soit de fond, soit de forme… Et c'est cool.

MZ : Ça c'est un vrai sujet d'étude. Pourquoi ailleurs et pas en France ?

JVC : Parce qu'il n'y a plus de lecteurs.

SK : Mais pourquoi il n'y a plus de lecteurs ? Peut-être parce qu'ils sont pas journalistes en fait. Parce que les gens sont pas journalistes.

MZ : Je pense que tu étais parti sur une bonne piste. C'est un problème structurel.

SK : Comme quoi un magazine avec de l'argent, des visions, c'est lamentable.

MZ : Les distributeurs aussi, les NMPP, ça fout aussi la merde dans la presse.

SK : Presstalis c'est un scandale total. Bref, il y a une pression qui s'est faite.

MZ : Il y a pleins d'explications, mais chacune ne se suffit pas. Il y a un truc culturel évident. Mais il y a un truc de structure, de codes économiques à respecter qui brident l'inventivité et le développement des titres.

SK : C'est pour ça qu'il est important de faire des choses !

MZ : En fait c'est flagrant pour la culture, mais tout le monde parle des mêmes choses en même temps, avec les mêmes photos, les mêmes interviews. Tout le monde raconte la même chose en même temps.

- *C'est pour ça que vous avec VoxPop vous aviez voulu sortir de ça ?*

SK : Oui. D'où le format, tous les deux mois. Et moi je pense même qu'il faut faire tous les six mois.

MZ : Ça n'a pas changé, ça a empiré avec Internet. Tu as encore plus de surface de trucs qui parlent des mêmes choses. C'est de plus en plus rapide, il y a une temporalité de plus en plus rapide qu'avant.

SK : Globalement le pic de ta temporalité ça sera *Quotidien* sur TMC. C'est-à-dire que deux-trois jours avant, deux-trois jours après, il faut tout organiser selon *Quotidien*.

MZ : C'est horrible.

SK : Ouais. Il faut que tout soit comme ça et que Yann Barthès puisse dire « D'ailleurs on vous a vu en couverture des *Inrockuptibles* », « *L'artiste dont tout le monde parle* », c'est ça cette temporalité.

MZ : Mais ça dure une seconde.

SK : Une semaine je pense. D'où pour moi l'idée de remettre du fond là-dedans, de parler de moins de choses. Parce que de toute façon, le cerveau humain ne peut pas accepter toute cette quantité d'information. On peut, mais après on devient détraqué de la tête.

- *Est-ce qu'il y a des personnes qui sont venues vers vous, vous demander des conseils suite à* VoxPop *?*

MZ : Pas mal, oui. Pleins, qui ont pris Jean-Vic comme consultants aussi.

SK : Mais il y en a pleins.

MZ : Vincent Dessailly.

SK : Vincent Desailly avec *Snatch*.

MZ : *Mouvement*. Et après des gens plus vieux que nous qui nous ont demandé des conseils, il y en a eu aussi.

SK : En nous demandant « *Comment vous avez-vous pour tel truc ?* ». En fait c'est très simple, on a pas réfléchi, on a dit « *C'est ce qu'on veut. On veut des photos…* ».

MZ : Souvent ce que les gens nous répondaient c'est « *Mais non, on peut plus faire ça. On est trop vieux* ».

- *Et tous les choix que vous faisiez dans* VoxPop*, artistes à interviewer, reportages, lieux, photos, ça se faisait comment ? Vous cinq ? Les gens venaient proposer ?*

SK : C'est une fausse démocratie, parce qu'une démocratie ça ne marche pas. Ça donne Nuit Debout et les Gilets Jaunes. Il faut un chef. Il faut clairement un chef qui décide, avec qui on est d'accord ou on est pas d'accord, à savoir l'homme qui était là (Jean-Vic Chapus). On propose et lui lance. Après, on peut essayer d'influer autant qu'on veut, mais si il dit non c'est non. Et on peut le détester, il y a eu des énormes engueulades, mais pour que ça avance, et que ça avance plus rapidement, c'est comme ça.
Après on peut essayer d'influencer. On va dire 60-70% des cas il suivait nos conseils ou il disait « *Moi je veux pas le faire et toi tu veux absolument le faire donc on va mettre deux pages* ». Si l'article au final était pas mal il y avait trois pages et si il était pourri il disait « *Tu as vu, c'est vraiment pourri, donc on va pas le passer* ». Mais globalement il laissait quand même deux pages parce qu'il n'aime pas froisser. Donc il fallait pas être triste. Mais moi je trouve qu'il n'y a qu'une seule personne qui décide et c'est comme ça. Après voilà, nous on décidait à trois, mais au final c'était lui. Et c'est très bien comme ça.

- *Souhaiteriez-vous aborder quelque chose que j'ai oublié ? Un élément qui a été essentiel dans votre trajectoire professionnelle ?*

SK : C'est-à-dire que l'idée, et ça c'est mon truc, je voulais que quand on arrive pour montrer nos photos, les gens connaissent déjà *VoxPop*, et qu'ils s'en souviennent après. Je pense qu'il n'y a rien qui nous faisait plus plaisir que quand on arrivait et qu'il disait « *Ah oui je connais, c'est super bien* ». « *Moi VoxPop je connais parce qu'on me l'a montré, c'est super bien* ». Ça pour moi c'était super important. On était pas du tout le plus gros magazine du monde, mais au moins les gens savaient qu'avec nous ils seraient pas déçus. Et globalement c'est ça qui nous a servi après dans notre carrière professionnelle, que ça soit *Stylist*, *So Film*… En gros on est capable de gérer un certain nombre de choses, curieux, ouverts d'esprit, et on sait s'adapter.

- *On vous en parle encore maintenant ?*

MZ : Ouais.

SK : A Arles on nous en parle. A Arles on avait un arène de 5000 personnes et on avait mixé. Les gens nous en parlent mais de moins en moins, et heureusement. C'est comme si je parlais de l'ORTF, à un moment c'est glauque. Les gens me disent « *Ah tiens, j'ai déménagé, j'ai jeté des trucs et les* VoxPop *j'en ai quand même gardé quelques-uns, parce que j'aime bien et que j'aime bien les ouvrir de temps en temps* ». Juste ça c'est cool.

Entretien réalisé avec Benjamin Durand, cofondateur de *VoxPop*, à Paris, le 18 avril 2019.

- *Quelle est votre situation professionnelle actuelle ?*

Je suis documentariste vidéo, à la télévision, pour des chaînes nationales : *France Télévisions*, *TF1* et les chaînes info rattachées, et aussi une chaîne de sport, *Eurosport*.

- *Quelles études avez-vous fait ?*

Je suis passé par l'INA pour faire cette formation, qui m'a donné mon expertise en la matière.

- *Comment avez-vous rencontré les autres de* VoxPop *? (Jean-Vic Chapus, Caroline Harleaux, Samuel Kirszenbaum, Mathieu Zazzo)*

Tout s'est fait à cause d'un bar s'appelait le Shebeen. Je les ai tous rencontrés au printemps 2004. J'avais donc 23 ans. J'étais à l'époque étudiant à la Sorbonne, en histoire, j'essayais avec beaucoup de mauvaise volonté de faire un doctorat, mais moi ce qui m'intéressait c'était avant tout de bouger à Paris, parce que je viens de province à la base. Je viens de Bourges et Tours, où j'avais fait la plupart de mes études. Je suis allé dans ce bar dans un premier temps en me liant d'amitié avec le patron du bar et son épouse, qui étaient des fans de rock et qui suivaient beaucoup les Libertines. Dans mes études d'histoire, j'ai fait un mémoire sur le rock anglais. Ça avait beaucoup intrigué la femme du patron et le patron ensuite. J'étais un peu devenu un client récurrent du bar. J'avais un peu exprimé mes petites ambitions journalistiques mais qui étaient un peu timides vu que je connaissais vraiment personne à Paris. Eux connaissaient personnellement Carl Barât et Pete Doherty.
Vu qu'après cette rencontre je venais assez souvent au Shebeen, qui était vraiment le premier endroit à Paris que j'ai pu connaître qui avait vraiment une culture musicale un peu proche de la mienne, c'est le moment où ils ont commencé à manager un groupe qui s'appelait The Parisians, qui était un peu dans la mouvance des Libertines. Et ils ont connu à travers le suivi des Libertines, Jean-Vic et Mathieu, parce que Jean-Vic s'occupait notamment du suivi des Libertines à l'époque pour *Rock&Folk.* Mais à côté, ils avaient également leur magazine à eux qui s'appelait *Newcomer*. Mathieu participait surtout à *Newcomer* avec Samuel aussi, qui lui était plus réfractaire à la hype Libertines.
Tout ça pour dire que vu que moi j'étais tellement plus dans une catégorie journaliste que musicien.
Marie rencontre Jean-Vic et Mathieu et elle me dit : *« Il faut que je te présente des mecs, il y a ce mec-là qui bosse pour* Rock&Folk ». En plus, j'étais vraiment un lecteur assez assidu de *Rock&Folk* à l'époque. Et on s'est rencontrés justement à un des concerts des Parisians.
Je me souviens qu'on a été introduit comme ça. Jean-Vic a demandé quels étaient mes goûts musicaux et je me souviens que ce qu'il l'a surtout motivé à me proposer à écrire pour *Newcomer*, c'était deux choses : le fait que j'avais fait ce fameux mémoire de maîtrise à Tours et que j'avais passé un an en Angleterre à Brighton, et que du coup, potentiellement, j'étais assez apte à mener une interview en anglais avec des musiciens anglais.
Samuel, je l'ai rencontré que six mois après. Et Caroline Harleaux, on l'a rencontrée aussi. Personne ne la connaît à l'époque dans le groupe. Mais elle traîne dans le milieu du rock

parisien, plutôt avec tout un cercle un peu plus rock'n'rolleux autour de gens comme Patrice Eudeline, Yarol Poupaud, Nicolas Ullman. Elle avait 20 ans à l'époque, elle était étudiante à Jussieu et faisait des études en rapport avec la musique rock et la littérature. Un jour, pendant l'Euro de football, elle se plaignait à la sortie d'un cours que tous les bars ne faisait que diffuser les matchs de foot. Et elle finit par atterrir au Shebeen. Elle tombe un jour ou Earl, Mary et les Parisians reviennent des premières dates qu'ils ont fait en Angleterre. Ils sont tous un peu fatigués et Earl lui dit : « *Est-ce-que tu aimes les Strokes et tout ça ?* ». Et elle dit « *Oui, j'aime bien les Strokes* », et Earl dit « *Non c'est pas possible tu peux pas si tu prétends aimer le rock, avoir des réserves sur la qualité de ce que les Strokes amènent* ». Caroline était avec une amie à ce moment-là et elle dit « *Écoute, je te promets que je reviens pour qu'on continue la discussion* ». C'est ce qu'elle fait quelques jours plus tard. Ça doit être à la troisième fois qu'elle vient et c'est d'ailleurs le jour je crois où on avait récupéré le deuxième album des Libertines, alors qu'il allait sortir au mois de septembre.
Parce que moi ma première interview à faire, c'était celle de Carl Barât. Il me semble qu'on a même fait une écoute publique dans le bar ce jour-là. J'ai rencontré Caroline à ce moment-là, on a sympathisé immédiatement.
L'été se passe, mais durant l'été, je reste à Paris, et Caroline aussi. Elle écrivait pour une revue qui s'appelait *L'Ordonnance*, c'était un fanzine qui était plus à défendre le début du rock'n'roll. Ce qui s'est passé c'est que déjà elle a une propension à tout le temps passer sa vie dans les salles de concerts, et surtout le Shebeen, c'était un petit bar qui ne pouvait pas faire des concerts hormis acoustique, mais par un réseau de connaissance d'autres tenanciers de bar anglo-saxons, ils ont décidé d'organiser des concerts pour tous les groupes qui étaient nés de cette mouvance Strokes/Libertines, dans un club, dans une cave à Saint-Germain-des-Prés qui s'appelait le Bar 3, rue de l'Ancienne Comédie. Et on a commencé à y être un peu tout le temps.
Jean-Vic, au retour des vacances, a commencé à voir tout ça se faire, et s'est dit que ça serait intéressant de voir tout ça s'y accoler la marque *Newcomer*, pour que ce truc-là soit un petit peu plus reconnu. Il a voulu un peu se placer comme étant le journal qui allait parler de cette nouvelle scène parisienne récente.
Et donc il y a eu une soirée au Bar 3, organisée avec des groupes sélectionnés par *Newcomer* et tout ça. J'ai fortement encouragé à ce que Caroline commence à écrire dessus par rapport à son expérience à *L'Ordonnance*, et Jean-Vic a vu un intérêt là-dessus, c'est que Caroline et moi on était absolument à toutes les soirées qui se passaient au Bar 3. Jean-Vic et Mathieu venaient de temps en temps, mais pas à toutes les soirées, alors que nous, on y était vraiment tout le temps, on était au courant de temps, donc évidemment ça finissait par induire une certaine consanguinité à travers les groupes, et ça a pu être un travers qu'il y avait dans nos papiers avec Caroline, mais au moins l'avantage c'était qu'en étant là, on savait absolument tout ce qu'il se passait.
Caroline et moi, à un moment donné au Bar 3, on a récupéré la responsabilité de la programmation des concerts. Manque de pot, c'est aussi le moment où le Bar 3 a dû fermer, parce qu'il se passait des choses assez illégales là-dedans. On s'est regardé et on s'est dit « *Tant pis, on va aller faire ça ailleurs* ». On s'est mis à organiser des trucs, dans un premier temps dans un bar qui s'appelle Le café de la plage, qui est rue de Charonne, et petit à petit, on a réussi à avoir des soirées de deux tailles : des petites soirées, où on faisait jouer des groupes de débutants ou qui venaient de province, c'était assez ridicule mais ça nous permettait d'avoir beaucoup de contacts et de nous aguerrir dans toute cette logique. On commençait parmi nos amis qui avaient des groupes parisiens, à avoir des groupes qui étaient un peu installés. Et donc on a réussi à obtenir la confiance de salles un peu plus professionnelles. C'était un peu notre ambition, que le métier à Paris, les vrais salles, le

Point éphémère, la Maroquinerie, reconnaissent ces groupes-là. C'était ce problème, que les groupes étaient dédaignés au départ. Je me souviens que la première fois que les Parisians ont joué au Nouveau Casino, c'était un événement. Quelque part, on a vraiment eu le sentiment de pousser les portes dès qu'il nous était possible. Et ce qui nous a vraiment élevé là-dedans, c'est le fait d'avoir une vraie collaboration avec la Flèche d'or. On a eu une résidence mensuelle à la Flèche d'or, avec un gros budget où on se devait de faire cohabiter des groupes qui venaient de l'étranger, avec des groupes de la scène parisienne, pour vraiment avoir de belles affiches. Alors il y a quelques groupes qui ont eu un destin, un peu de succès international, ou au moins en Angleterre. Le groupe c'est le plus connu c'est The Wombats, de Liverpool. Donc, parce qu'on avait du succès là-dedans et qu'on s'est renseigné assez vite par rapport à ça, on était sur un modèle associatif au départ, et on a voulu monter notre vraie société. Et on a commencé une démarche pour savoir comment on monte une vraie SARL. On s'est embarqué dans de la paperasse, dans des trucs assez chiants et on était Caroline et moi, sur le point de monter une société de booking, de tourneur, pour s'occuper vraiment de concerts. C'est à ce moment-là que *Newcomer* s'est désagrégé. C'est parce qu'on était dans ce processus de monter une société que Jean-Vic, Mathieu et Samuel sont venus nous voir , ils nous ont dit « *On a plus* Newcomer*, on veut monter quelque chose mais on se sent pas les épaules pour faire tout le côté gestion etc* ».
Et puisque Caroline et moi avions un âge où il y avait des mécanismes de l'État. De par notre âge on avait droit à des crédits qui finissaient des formations qui nous expliquaient les principes de base pour la création d'entreprise. Du coup, ça nécessitait aussi qu'on pouvait obtenir ces aides à partir du moment où nous deux possédions au moins 51% des parts. C'est pour ça que tout le temps où on a été actionnaires d'entreprise, à nous deux, on avait 51% des parts de l'entreprises.
En discutant là-dessus, on a imposé le principe de base qui était que la société devait marcher sur trois pôles : un pôle d'événementiel, un magazine papier et un support numérique sur internet qui serait indépendant du magazine.

- *Et vous, au moment où* VoxPop *s'est lancé, vous en étiez où ? Vous aviez fini vos études ?*

J'ai jamais fini mes études, j'ai arrêté mes études, c'est pas pareil. A partir du moment où tout ce truc a commencé, j'ai décidé de sortir de la logique étudiante et j'ai pris des petits boulots. Le principal, sur toute la période *Newomer*, je bossais à mi-temps à la BNF. J'étais dans la réserve des livres rares. Et j'ai donné ma démission à la BNF au moment où on a commencé à créer *VoxPop*. J'ai dû donner ma démission vers août 2007. On a sorti le premier numéro à l'automne 2007 et à ce moment je ne bossais plus à la BNF. J'ai été sans emploi à partir de ce moment-là jusqu'en janvier 2009, où j'ai repris un boulot à temps partiel.

- *Quand* VoxPop *s'est lancé, vous voyiez comment la trajectoire professionnelle qui était devant vous ? Le magazine a-t-il créé quelque chose à ce moment-là ?*

C'est très difficile de revenir là-dessus. On réfléchissait pas en fait. En se remettant dans le contexte de l'époque, il devait y avoir un espèce de sentiment de compétition, de ramener quelque chose d'un peu plus actuel par rapport à ça, dans l'état de la presse de l'époque. J'ai envie de dire qu'on voulait ringardiser les *Inrocks* de la même manière que les *Inrocks* avait ringardisé *Rock&Folk* quelque part. il y avait sans doute une ambition de ce type-là. Moi tout simplement au-delà de ce côté un peu à la con, j'avais surtout envie de continuer

d'être là-dedans. Ce qui me passionnait avant tout c'était l'organisation de concerts. C'était ce que je préférais faire. Je me sentais jamais plus heureux qu'un jour où il y avait le concert, dans ce côté accueil des musiciens. Être la personne qui les mettait en confiance, qui était en rapport à la fois avec les techniciens, les musiciens, voir le public qui arrive, comment le public apprécie, comment les potes apprécient… J'aimais bien écrire, mais à la fin c'est pas ce qui me plaisait le plus. J'aimais bien interviewer les gens parce que j'aimais bien rencontrer les gens. Mais fondamentalement c'était ça avant tout.

- *Quels événements, concerts, aviez-vous organisé pendant la période* VoxPop *? Certains vous ont marqué plus que d'autres ?*

Énormément. Les deux plus grands trucs qu'on ait fait c'est les deux concerts anniversaire. Notre association avait ça s'appelait Loaded, parce que la société de *VoxPop* s'appelait Are You Loaded. Et on avait fait un premier concert à la Maroquinerie, où on avait fait jouer dix groupes en une après-midi. C'était une prouesse assez incroyable. C'était génial parce qu'on avait en plus de ça organisé une captation vidéo professionnelle faite des concerts et qui fasse que les groupes puissent utiliser les images pour leur promotion.
Ca avait été vraiment une expérience humaine assez extraordinaire. Et on a fait un truc équivalent l'année suivante, cette fois-ci à la Flèche d'or, sur deux jours, où tous les groupes étaient là. Là, je leur avais personnellement imposé un challenge : deux groupes se partageaient le plateau, un commençait, un finissait, mais au moment où ils se croisaient, ils devaient faire une reprise d'un groupe, qui pour les uns et les autres.. qu'ils avaient en commun dans leurs influences. Les Victorians et les Parisians avaient fait Eye of the Tiger, et Tatiana des Brooklyn avait fait un truc de Primal Scream. Le truc le plus drôle ça avait été Nemo et un chanteur français de variété qui s'appelait Charles-Baptiste, qui avaient repris les Pixies. C'était des choses formidables. Un groupe de Toulouse, Bogart & The Addictives, qui était venu faire Kraftwerk et ils voulaient absolument que je vienne chanter avec eux sur scène. C'était assez génial.
La dernière soirée qu'on a fait avant de partir en Angleterre, parce que c'est ce qu'il a fini par se passer pour Caroline et moi. On a fait une soirée d'adieu où ça s'est fini avec tout le monde sur scène, très émouvant.
Un concert au Batofar aussi, qui réunissait les Wombats, avec les Parisians, et un groupe qui avait rien à voir qui s'appelait Dorian Pimpernel. Le mix entre les trois était très très impressionnant et définissait un peu le spectre de ce qu'on aimait. A la fois du rock un peu garage, d'un autre côté de la pop britannique du nord de l'Angleterre et des Français qui cherchent à faire une pop beaucoup plus renouvelée, même si c'est en anglais, une pop très proche des Zombies, des Kinks etc.

- *La programmation c'était toujours vous et Caroline Harleaux ?*

Ah oui, à 100%.

- *Avec le recul, qu'est-ce que ces années* VoxPop *ont apporté à votre carrière professionnelle ? Des rencontres ? Des opportunités ?*

Des tonnes d'autres trucs. Moi je me suis occupé du site internet, donc je m'occupais beaucoup du recrutement des journalistes aussi. Il y a toute une équipe de journalistes que Jean-Vic a recruté de son côté, qui sont toujours avec lui d'ailleurs. Les personnes qu'il avait repéré et qui l'ont suivi dans ce qu'il fait encore aujourd'hui. Alors que moi j'avais notamment les deux principaux auxquels je pense, Nico Prat et Alexis Ferenczi, que j'avais

ramené et qui étaient je pense assez brillants là-dedans. Maxime Chamoux aussi, qui lui à la base faisait partie des musiciens qu'on faisait jouer et m'avait dit que ça lui ferait plaisir d'écrire, mais déjà à *Newcomer*. Il faut aussi que je mentionne une personne très très très importante, c'est Audrey Elbaz, qui a fini par être la directrice artistique de *VoxPop*, mais qui à la base était une des co-créatrices de Loaded, notre truc d'organisation de concerts, qui au départ se voulait être une association entre les musiciens, et nous qui étions les journalistes et les programmateurs, pour faire la promotion, sur un site internet, des groupes de la nouvelle scène parisienne. Et c'est Audrey qui faisait les flyers de notre première soirée. C'est Caroline et moi qui l'avons vraiment imposée. Vu qu'elle coûtait pas chère et qu'elle était très talentueuse, ça n'a pas été compliqué de convaincre les autres. Et le courant est vachement passé avec tout le monde, ce qui fait que même quand Caroline et moi on est parti, elle est restée très impliquée avec eux.

- *Donc avec le recul, c'est vraiment du positif que vous gardez de cette période ?*

C'est énormément de positif. Et tout ce qui est bien c'est qu'il n'y a pas eu de casse, on a compris très très vite. Je pense qu'on a su y tirer tout notre profit et pas s'abîmer là-dedans.

- *Si il fallait le refaire aujourd'hui, vous le referiez ?*

Bien sûr, évidemment. La preuve, le simple fait que tu nous contactes pour reparler de ça, c'est très émouvant, et au-delà de l'émotion, ça légitime le fait que ça ait eu un sens. Il y a un truc qui m'a beaucoup ému. Comme je t'ai dit, j'ai des origines à Tours, et il y a une salle très très chouette en banlieue de Tours qui s'appelle Le Temps Machine. J'y suis allé pour voir un concert et à côté de la scène, il y a une espèce de bibliothèque municipale. Elle était fermée le jour du concert, et je regarde à travers la vitre et je m'arrête halluciné, les mecs avaient la collection complète de tous les *VoxPop*, toujours exposés en bibliothèque. Et je me suis souvenu qu'effectivement ils faisaient partie des abonnés, dès le premier numéro.

- *Par rapport au réseau acquis pendant les années* VoxPop*, a posteriori, considérez-vous que ce réseau vous a servi ?*

Oui, enfin après tout dépend. J'ai surtout envie de de dire que faire des choses comme ça, ça met le courage à l'épreuve avant tout. Ça apprend la confiance en soi, l'échec aussi, parce que l'échec est super important. Surtout quand on a des gens qui ont notre profil. Moi j'ai vraiment été traumatisé par le handicap d'être un littéraire plutôt qu'un scientifique, et donc c'est quelque chose qui m'a fait pas mal de mal dans mon estime personnelle. Et l'expérience de *VoxPop* m'a vachement aidé dans la confiance en moi, à me dire que même si j'étais un littéraire naze, même si ça n'a pas eu un succès phénoménal, mine de rien, j'étais capable de faire partie d'une aventure qui a monté une entreprise, d'obtenir, tout provincial que j'étais, un minimum de respect de gens de maisons de disque, en tout cas de gens qui sont la matière première de ce qui me plaisait le plus, c'est-à-dire la diffusion de la musique que j'aime, donc moi à partir de ce moment-là, c'était déjà une super victoire. Et le bonheur d'aller à tous les concerts dont je rêvais, que je voyais uniquement dans les pages annonces de *Rock&Folk* quand j'étais gamin, alors que je savais pertinemment que je ne pouvais pas y aller. On était après cette expérience-là assez fous, Caroline et moi, pour une fois fini, prendre un minimum d'affaires et se barrer en Angleterre, sans savoir ce qui nous attendait là-bas. Et on a eu une super expérience là-

bas. Caroline y vit toujours. On est partis à Manchester du jour au lendemain, on avait même pas d'appartement, pas de boulot. Si, j'exagère, on avait un plan d'appartement, et il s'est confirmé quand on est arrivé, mais par contre on avait vraiment pas de boulot.

- *Et ça c'était à la fin de* VoxPop *?*

Non non. On est parti en cours de route. A ce moment-là on a vendu nos parts et on était on redevenait journalistes, on faisait des trucs un peu pour le site et pour le magazine, mais on avait plus de parts.

- *C'était en quelle année ?*

En 2010.

- *Pensez-vous que votre carrière et votre vie auraient été différentes sans VoxPop ?*

Oui, c'est évident. En tout cas ma vie sociale. C'est tellement évident. Après c'est rigolo parce que dans ma mémoire ça apparaît comme une autre vie quelque part. mais bien sûr.

- *Quand VoxPop s'arrête en 2012, vous faites quoi à ce moment ? Vous êtes en Angleterre ?*

Ouais. Toujours à Manchester. J'étais toujours à brillamment essayer de vendre en ligne du linge de table fabriqué dans l'usine en-dessous des bureaux. Mais c'était surtout pour payer les factures. Et j'avais beaucoup de concerts là-bas, j'essayais encore de monter des concerts mais c'était très compliquer pour réussir à en vivre.

- *Et vous êtes ensuite revenu en France ?*

Et je suis revenu en France, parce qu'au bout d'un moment j'arrivais pas à faire professionnellement des choses qui me plaisait. J'arrivais à survivre sans trop de problème, et puis même sortir n'avait plus la même saveur. Ce que j'aimais, c'était sortir en jouant un rôle dans ce que j'allais voir. Mais redevenir spectateur lambda, ça me coutait beaucoup, c'était très très dur. Surtout que Caroline de son côté travaillait toujours pour un magazine culturel. Elle était passée du côté journaliste au côté pub, mais elle avait pleins de gens à qui parler qui la connaissaient. Et moi ça avait un côté un peu douloureux à n'avoir aucun rôle à jouer, ce qui me plaisait aussi dans le fait d'aller toujours à ces petits concerts, c'est de me dire que je pouvais être d'une vraie utilité pour que les concerts se fassent, que les groupes puissent avoir des contacts.

- *Quel est votre avis sur la presse musicale en ce moment ? Il y a un magazine que vous aimez bien, admirez ?*

C'est difficile à dire. Moi j'aime les histoires, les grands formats… Le seul magazine musical que j'achète encore de manière très très régulière, c'est le magazine anglais *Mojo*. J'assume complètement le côté très passéiste, mais il se trouve en plus que depuis très récemment, j'aide un ami sur un projet qu'il a de podcast musical volontairement très passéiste, mais qui va vraiment dans le détail de moments de l'histoire du rock. C'est toujours des choses qui personnellement m'ont intéressé. J'ai toujours eu honte professionnellement de trop trop tisser là-dessus, mais de manière personnelle avec mes

amis spécialistes, à s'amuser entre nous, à être spécialiste de trucs très très vieux. On a fait ça et puis bon, vu qu'il y a cette opportunité, du coup ça me plait.
Mais non.

- *Dans la presse française ?*

Non. C'est aussi parce que je connais beaucoup trop l'envers du décor maintenant. C'est toujours super exaltant, un magazine, un média, c'est toujours un outil hyper formidable, quand on l'a entre les mains. Mais quelque part c'est une ligne éditoriale qui est moins satisfaisante, parce que quand des choix se font par rapport à la publicité potentielle, que par rapport à l'excitation des sujets, ça commence à devenir douloureux. Et le problème c'est que quand j'ouvre un magazine, en général culturel, je ne vois que ça. Je ne vois que les concessions faites à la publicité, qu'on parle de tel artiste parce que tel label a payé telle somme pour la page de pub qui est juste après.
Après il y a une autre chose qui est un petit peu obsessive pour moi, c'est qu'à mon sens, le numérique, après la dernière déflagration qu'ont été les scènes new-yorkaise et londonienne, du début des années 2000 – qui pour moi, c'est quelque part la dernière queue de comète de ça, c'est la belle carrière que font encore les Arctic Monkeys. Je sais que je sonne très vieux con à dire ça, mais pour moi les deux grands trucs qu'il y a eu en musique c'est Arctic Monkeys et les LCD Soundsystem. Je reste sur ce que disais Brian Eno dans les années 70, quand il disait « *Pourquoi est-ce que des gens comme moi font de la musique ?* », c'est parce que dans la musique aujourd'hui dans les années 70, l'ensemble de la pop culture voit dans la musique le futur. C'est dans la musique que l'expérimentation peut se faire, que le pouls de la société peut se prendre. Le problème c'est que les années 70 passées, MTV est passée par là. La grosse machine mercantile est venue pour faire de la musique des barils de lessive et évidemment le processus a été très très très long à vraiment se récupérer, parce que la scène indie est arrivée ensuite pour se battre contre ça. Mais le dernier tour de piste effectivement ça a été la période entre l'arrivée apogée d'Oasis, un groupe arrivé de l'indie mais qui est propulsé par un label etc, et qui devient un groupe énorme, jusqu'à LCD Soundsystem, Arctic Monkeys etc. Mais le problème c'est que moi ce que j'aime, c'est la musique faite par les groupes. Le problème c'est qu'aujourd'hui, à l'heure du home studio, les gens ne voient plus l'intérêt d'aller se cailler les miches en plein hiver à faire de la musique avec cinq connards dont ils ont rien à foutre. A la grande époque des groupes, c'était important d'avoir un groupe parce que de toute façon ça te donnait du courage et c'était la seule façon de faire de la musique. Aujourd'hui ce n'est plus nécessaire. Donc tu n'as plus ce côté humain dans le processus de création de la musique, tu n'as plus les gens qui se font les dents sur les reprises et qui arrivent en comprenant les bonnes chansons du passé à faire, à réinventer des choses pour faire des bons trucs, tu n'as que des gens qui estiment qui sont des super génies avec leur ordinateurs, et qui au final font souvent de la musique. Il y en a certains bien sûr, mais à laquelle il manque ce côté étincelle et qui rend le truc moins intéressant. Et il y aussi moins d'histoire à raconter. Je dis pas « C'était mieux avant », mais la musique a vraiment changé, le rôle de la musique dans la pop culture a beaucoup changé, et moi mon excitation par rapport à ça n'est plus la même. J'ai plus 20 ans, c'est aussi ça. J'ai eu de la chance d'avoir beaucoup de ma curiosité complètement comblée à ce niveau. J'ai eu l'occasion de voir à peu près tous les gens que j'admirais en concert. Les groupes qui émergeaient, de les voir.. Être au plus près des Libertines à la fin de la première période, assister au premier concert des Arctic Monkeys, voir Alex Turner perdu dans les couloirs de l'Olympia, c'est des grands souvenirs.

Quand tu poses la question, faire un magazine tu le fais pour ça, pour faire des moments comme ça.
Un grand souvenir d'interview aussi. Ce que je cite toujours, c'est un truc qu'on avait fait avec Mathieu, quand j'avais sorti l'idée assez incongru au deuxième numéro. Sur le double, la reprise etc, c'était complètement n'importe quoi, avec NTM en couv. Et je dis, « *On va faire un sujet sur la guitare à double manche* ». Jean-Vic qui dit « *Super idée* ». On va essayer de trouver une guitare à double manche et on va l'amener chez un journaliste, chez un artiste, un mec du visuel pour nous dire ce que ça engendre, et chez un guitariste, pour savoir pour un musicien quel est son intérêt. On a contacté Gibson avec Mathieu, ils nous ont prêté une guitare, qu'on a amenée à Patrick Eudeline, à Jean-Charles de Castelbajac et pour finir chez Louis Bertignac. Et je trouve que l'article est formidable. Ce genre de trucs qui tombe comme ça. C'est ça qui était bien. Au début, quand Jean-Vic nous dit qu'on va faire le double, la reprise etc, on s'est dit que c'est n'importe quoi. Mais au final, on fait un journal sérieux. Et tu prends plaisir à partir sur des trucs où tu sais que c'est n'importe quoi, mais ça va être marrant donc tu le fais.
Et aussi avec Mathieu on avait interviewé le guitariste de Roxy Music, et c'était formidable. Ça me parle quand j'ai en face de moi le mec qui non seulement a fait Roxy Music, mais qui te raconte aussi comment il a fait des trucs avec Eno, Bashung… C'est génial de rencontrer tous ces gens-là, mais aussi tous les gens des labels, parce que c'est des gens hyper attachants.

- *L'envers du décor.*

Oui, et c'est ce que j'aime à la télévision. Quelque part je continue ça. Ca m'intéresse pas du tout d'être à l'antenne, par contre j'adore être en régie… En plus je tourne sur pleins de boîtes. Et ça m'amuse de dire à TF1 comment France Télé travaille et l'inverse aussi.

- *Aviez-vous quelque chose à rajouter sur* VoxPop *?*

Qu'est-ce que ça nous a fait chier que ce magazine coûte aussi cher et qu'est-ce-
que c'était une contrainte, et la raison pour laquelle ça n'ait pas pu durer longtemps. Mais quand on tombe dessus, on est fier que le magazine ait été aussi beau, feuilleter un truc toujours aussi beau aujourd'hui. C'est ça la moralité du truc.

Entretien réalisé par échanges de mails avec Caroline Harleaux, cofondatrice de *VoxPop*, entre le 18 et le 22 avril 2019.

- *Quelle est votre situation professionnelle actuelle ?*

Je suis responsable du développement pour une société de synchronisation de musique : placement de musiques existantes et compositions originales pour le cinéma, la télévision et les formats vidéos commerciaux.

- *Quelles études avez-vous faites ?*

Après un bac S en section euro allemand, j'ai fait un virage franc. J'ai un master Littérature, Arts et Pensée Contemporaine. J'ai fait une première année en lettres modernes à Lille, puis j'ai rejoint le cursus Lettres et Arts de Paris 7 en deuxième année, plus intéressant.

- *Comment avez-vous rencontré les autres membres fondateurs de* VoxPop *?*

Dans un bar. Nous avions l'habitude d'aller au Shebeen, dans le Vème arrondissement de Paris, tenu par un fan de musique anglo-saxonne, pop, rock, indie, nomme Earle Holmes. Il m'a présenté Benjamin, on s'y rendait pour discuter de musique avec les autres habitues. Benjamin avait déjà rencontre Jean-Vic, et je n'ai pas tarde à le rencontrer ainsi que Samuel et Mathieu lors d'une soirée open mic je crois.

- *Benjamin Durand m'a dit qu'au début de vos études, vous participiez à un fanzine qui s'appelait* L'Ordonnance*. Pouvez-vous revenir sur cette expérience ?*

Oui c'est exact. Patrick Eudeline (*Rock&Folk*), que j'avais rencontré au Palais de Tokyo pour une rétrospective Alain Pacadis, m'avait présenté à un certain Julien Zalewski qui avait lancé ce fanzine tout seul. Julien était passionné et arrivait souvent à décrocher des interviews fleuves avec des figures iconiques de la scène rock, souvent françaises : Metal Urbain, le label Tricatel, Daniel Darc, Virginie Despentes, Indochine, sans être un professionnel, et on s'est tout de suite bien entendu.
J'ai beaucoup aimé rédiger *L'Ordonnance* avec Julien. Imprimer les interview retranscrites, découper, coller, photocopier... Le gérant de la boite à copie du quartier s'en amusait beaucoup. Et distribuer le fanzine dans les librairies et disquaires qui étaient assez gentils pour le mettre en dépôt-vente alors que nous n'avions aucun statut ni SARL, ni asso.
Je me suis progressivement éloignée de *L'Ordonnance* pour écrire pour *Newcomer* et organiser les concerts avec Benjamin quand j'ai pu découvrir par le Shebeen une scène plus jeune, vivante, décomplexée par rapport à l'héritage rock classique : des gens qui regardaient vers le futur. Le milieu « rock'n'roll » dans lequel *L'Ordonnance* gravitait était une première approche très enrichissante mais un peu trop retro et passéiste à mon gout.

- *Comment est venue l'idée de créer* VoxPop *?*

Benjamin et moi organisions des concerts à Paris, de manière bénévole avec une association à but non lucratif, Are You Loaded. On commençait à travailler avec quelques sponsors et on pensait se professionnaliser. Par ailleurs, on écrivait un peu pour le magazine *Newcomer* dont Jean-Vic était le rédac chef et auquel Mathieu et Samuel contribuaient régulièrement. Lorsque le directeur de la publication de *Newcomer* a jeté l'éponge, Jean-Vic nous a proposé de se lancer ensemble. On a dit oui, à condition que la société publie le magazine mais fasse aussi des concerts et un site web. Pour nous ça devait être le reflet de quelque chose de vivant, pas juste des beaux articles figes sur papier.

- *Quelle était votre situation professionnelle au moment de vous lancer dans l'aventure* VoxPop *? Si vous étiez déjà « bien insérée » dans le monde professionnel, quelque chose a-t-il changé ?*

Je finissais tout juste mes études et j'ai pris quelques mois pour écrire le business plan et bénéficier de cours/conseils en gestion d'entreprise et compta grâce à une aide de l'état pour les créateurs d'entreprise de moins de 25 ans.

- *Quelles perspectives de carrières aviez-vous au moment où vous avez décidé d'arrêter le magazine ?*

Je suis partie avant la fin. La société et la marque *VoxPop* n'allaient pas dans la direction que je souhaitais et après trois ans, il y avait plusieurs visions de ce que *VoxPop* devait être. Après quelques mois de transition et étant sûre que la société était solide sur le plan administratif et financier, j'ai vendu mes parts, légué mes responsabilités d'éditrice et chef d'entreprise et je suis partie pour Manchester, avec Benjamin.

- *Qu'est-ce-que ça vous a apporté ensuite pour votre trajectoire professionnelle ? Des opportunités ? Des rencontres ? Vous avez senti une différence après ?*

Pas dans l'immédiat. J'ai tout repris à zéro au Royaume-Uni. Cela dit, j'ai ce goût des petites entreprises, je sais, certainement par cette expérience, qu'on peut faire des belles choses, qui ont un impact, avec peu, voire pas de moyens. Une certaine polyvalence aussi, quand on édite un magazine de musique il faut comprendre le journalisme, les maisons de disques, la pub, la compta, la distribution en kiosques, les impôts, etc.

- *Six ans après la fin de* VoxPop*, quel regard portez-vous sur l'aventure ? Que vous a-t-elle apporté ?*

Cela reste une très belle aventure avec des personnes que j'estime, qui ont pris des décisions courageuses, avaient des idées et plaçaient la barre haute au niveau des exigences artistiques et éditoriales. Ils savaient aussi dénicher un artiste auquel ils croyaient et dire non aux labels quand ils ne se sentaient pas de défendre leur nouveaux poulains. Personnellement, je pense qu'une expérience professionnelle aussi intense à un jeune âge m'a permis d'apprendre vite, de ne pas me laisser impressionner, de gagner en confiance.

- *Comment s'est développé votre réseau une fois* VoxPop *lancé ? Avez-vous ensuite pu compter sur toutes les personnes rencontrées ?*

Peu, très peu. J'ai gardé des relations très proches avec Benjamin, de nouvelles connexions se sont faites par la suite mais plus dans la sphère personnelle que professionnelle. Je pense que ce système de réseau a plus fonctionne pour Jean-Vic, Samuel et Mathieu, de par la nature de leur profession de journaliste et photographe free-lance.

- *Avec le recul, comment aurait été votre carrière sans ce magazine ?*

Difficile à dire. Je n'avais aucune idée de ce que je souhaitais faire et je ne peux vraiment pas dire comment les choses auraient tourné. J'ai pris les opportunités au fil des rencontres, jusqu'à aujourd'hui, comme elles venaient et c'est très difficile de faire la part des choses.

- *Quel a été votre parcours professionnel depuis votre arrivée en Angleterre en 2011 ?*

J'ai toujours été très supportrice du spectacle vivant, de la scène locale, des choses qui poussent un public à se réunir à s'enthousiasmer ensemble. Mon premier poste à Manchester était très éloigné (Business Dev dans la PLV et street marketing), cependant il m'a donné du temps pour découvrir la culture ici.
J'ai ensuite géré le développement, les partenariats et la pub pour *The Skinny mag Liverpool/Manchester*, qui s'est ensuite étendu à Leeds. Nous étions et sommes toujours un groupe très soudé, très proche de *VoxPop* dans l'esprit DIY. L'idée était de fournir un guide régional mensuel et d'encourager les lecteurs à sortir plus, à découvrir des spectacles, des collectifs, des artistes, des festivals.
Nos derniers bureaux sont dans le même espace que mon bureau actuel, Islington Mill, un lieu très important pour moi, c'est un hub pour artistes, artisans, musiciens. C'est très terre à terre et rappelle sans cesse ce qu'est la réalité d'être artiste.
J'ai une approche de la culture très pragmatique. Sans public, sans échanges, sans structures, sans financement, elle ne porte pas ses fruits. D'où mon engagement dans le financement, la presse, le marketing.
Après le *Skinny*, j'ai décidé de prendre deux CDD au British Film Institute et au théâtre Young Vic dans le mécénat. J'ai beaucoup aimé découvrir ce monde, comprendre d'où viennent les budgets hors subventions d'États et recettes commerciales, l'intérêt des grands groupes et des familles à financer les arts. Ces deux expériences ont été très enrichissantes. Ce n'est pas vraiment pour moi sur le long terme (beaucoup de choses se passent autour de petits fours et coupes de champagne, en robes de soirées et talons hauts, ce n'est pas mon truc), mais c'est bien de savoir comment cela fonctionne.
Avec mon poste actuel au sein de Woodwork Music, j'allie ma passion pour la musique (nous représentons des labels indépendants et nous produisons des bandes originales avec des compositeurs), le film et les formats fictions Tv/Vod, ainsi que le monde des agences créa de la publicité - toujours très stimulant et en prise avec le réel. Je ne sais pas encore ce que l'avenir me réserve.

- *Quel est votre avis sur la presse culturelle et la presse musicale aujourd'hui ? Un magazine que vous aimez bien/admirez ?*

J'avoue que je suis l'actualité musicale en ligne maintenant (*Dummy, FACTmag, KEXP radio*…) et par playlists Spotify. En termes de culture/*entertainment*/société, j'aime beaucoup les anglo-saxons, *Dazed*, *I-D*, ainsi que *The Face*, qui se relance. Je suis les tendances plus *mainstream* par les pages cultures de *The Guardian* et *The Independent*. J'ai aimé *So Film* (un temps édité ici en GB), comme j'aime *Little White Lies* au point de vue ciné. J'ai fait partie d'un magazine culturel régional (Liverpool, Manchester, Leeds) qui défendait la culture ambitieuse (musique, clubs, film, théâtre, dance, arts visuels, littérature, stand up) et les artistes/promoteurs/lieux sur le plan local - ce magazine n'existe plus sur la région mais est encore édité en Ecosse.

- *Seriez-vous prête à recommencer ?*

Je ne regrette pas du tout les choix faits à l'époque. Cela n'a pas été facile tous les jours et je n'aurais pas envie de retraverser cette période aujourd'hui, mais l'idée relancer ma propre entreprise certainement liée à la musique d'une manière ou d'une autre -peut-être pas un magazine- me tente et je le ferai peut être dans quelques années.

Entretien réalisé avec Alexis Bernier, directeur de la publication de *Tsugi*, à Paris, le 23 avril 2019.

- *Pouvez-vous revenir sur votre parcours professionnel, avant* Tsugi *?*

Déjà j'ai 50 ans. Je fais partie d'une des dernières générations de gens qui ont pu devenir journaliste sans être passé par une école de journalisme.

- *Vous avez fait quelles études ?*

J'ai fait des études de cinéma, en fac, et puis j'ai commencé à travailler dans le cinéma, comme assistant réalisateur et après plusieurs films, il se trouve que j'ai eu l'idée d'un livre avec un camarade à moi. On a vendu cette idée de livre aux éditions Grasset. Pour faire ce livre, qui racontait l'histoire d'un journaliste de *Libération*, qui était pas une fiction, c'était un document, on a rencontré beaucoup de journalistes de *Libération* et un journaliste de *Libé*, qui était un chef de service, qui s'appelle Bruno Bayon. Il m'a proposé de commencer à écrire des articles. C'est comme ça que je commençais à faire ce qu'on appelle des piges avec *Libération*, dans les années 90. Ce qu'il faut comprendre c'est que *Libération* est un quotidien un peu spécial, puisque même s'il est passé de mode aujourd'hui, c'est un quotidien extrêmement important dans les années 70, 80 et 90, un concurrent à l'époque sérieux du *Monde*, surtout dans les années fin 80, début 90. Et c'est un quotidien qui au départ vient de l'extrême-gauche et qui dont énormément des journalistes venaient des mouvements politiques et puis surtout du tas. Ils avaient appris sur le tas. L'idée d'embaucher quelqu'un comme moi qui était un spécialiste de musique, mais pas forcément un journaliste formé, et de le former sur le tas, ça ne choquait personne à l'époque. Donc je suis arrivé à *Libération* pour faire des piges dans les années 90, et petit à petit, j'ai trouvé ma place et j'ai fini par être embauché là-bas à la fin des années 90.

- *Vous aviez quel âge à cette époque ?*

J'avais trente ans. Je suis resté dix ans et après dix ans, je suis parti, parce que j'avais fait beaucoup de choses à *Libé*, que *Libé* était en crise, comme d'ailleurs toute la presse à cette époque. Toujours en crise. Et que j'avais créé moi-même un supplément du samedi à *Libération*, c'est la dernière chose que j'y ai faite. Supplément qui avait été arrêté pour des questions d'économie budgétaire, et qu'à ce moment-là j'avais pris goût à créer mes propres projets, et je me suis dit que c'était le moment ou jamais, à pratiquement quarante ans, de me lancer pour faire mes trucs. C'est comme ça que l'idée de *Tsugi*.

- *Donc* Tsugi *c'était une envie de créer un magazine, de faire autre chose ?*

C'était l'envie de créer son propre magazine, avec très vite la conviction - malheureusement on était dans une période de crise très sévère- que si on voulait faire de la presse, malheureusement on ne pourrait pas, et je le regrette sincèrement, la financer par les moyens habituels, les lecteurs, la pub. Et qu'il fallait donc gagner, penser cette presse comme une vitrine, et gagner de l'argent ailleurs, autrement pour pouvoir l'injecter dans cette vitrine, qui est bien jolie, mais qui est un puits sans fond de pertes et qui n'est fait que pour quelques passionnés que nous sommes.

- *Comment s'est créé* Tsugi *?*

On est à l'époque en 2007.

- *Le premier numéro date bien de septembre 2007 ?*

Oui. Faire un tour de table avec des investisseurs financiers sur un projet de presse papier, c'est impossible. J'ai fait un peu le tour. Les gens nous riaient au nez. Donc la seule manière de faire était d'investir nous-mêmes. Tous les gens qui ont investi dans *Tsugi* sont des amis, tous passionnés, et tous les salariés du journal ont investi déjà. Et on a réuni dix personnes, ce qui nous a permis de lever suffisamment de fonds pour lancer le journal en se disant que soit ça marchait et c'était formidable et soit ça marchait pas, et on le saurait assez vite et arrêterait assez vite. On est encore là onze ans plus tard, on a intégré le groupe So Press il y a presque un an maintenant, après dix ans d'indépendance pure et dure. Mais une fois de plus, c'est tout ce qu'on a créé autour de *Tsugi* qui nous a permis de financer le journal : l'organisation de soirées, le travail pour d'autres, notamment des marques mais aussi d'autres médias, la gestion d'une salle de concert, et pleins d'autres choses encore.

- *Et vous avez aussi développé* Tsugi Radio *?*

On a développé une radio, une web radio, on a développé de l'organisation de soirée, un site Internet, pleins de choses à côté.

- *Vous vous êtes lancé dans un magazine à quarante ans, donc vous aviez déjà un réseau. Comment ça s'est poursuivi une fois le magazine développé ? Avez-vous gardé contact avec toutes ces personnes qui vous ont aidé ?*

La plupart des salariés-actionnaires de *Tsugi* au départ sont encore là aujourd'hui : Patrice Bardot, Benoît Carretier, Pierre-Emmanuel Rastoin, qui est un photographe, Arnaud Le Vot qui est notre directeur financier. Donc après, on a des actionnaires-amis qui ont un rôle plus lointain. Et c'était tous des gens qui avaient eux-mêmes pas mal de bouteilles, donc un réseau, et on a tous mis en commun nos différents réseaux pour faire exister, durer ce journal, aussi difficile que ce soit.

- *Et comment aurait été votre carrière sans la création de ce magazine ?*

C'est simple, aujourd'hui je serais directeur de la culture à *Libération*, et franchement je me demande si je n'aurais pas dû y rester, mais c'est un choix. Après, je me serais ennuyer pendant longtemps. Ça a été très dur à *Libé*. Je suis très content d'y retourner maintenant, parce qu'on vend des pages musiques pour le samedi.

- *Quel regard portez-vous sur la presse musicale actuelle ?*

Elle est moribonde, c'est aussi simple que ça. Mais c'est pas que la presse musicale, c'est la presse papier en elle-même. Ce qui est terrible c'est qu'on arrive à un moment où on a construit un truc, pour pouvoir continuer à faire de la presse papier, le seul truc qu'on a trouvé – je parle pour moi, *Tsugi*, mais je peux parler pour d'autres que je ne nommerai pas- c'est de gagner de l'argent en faisant d'autres choses. Sauf qu'il y a un moment où je me dis « *Mais je gagne bien ma vie en faisant autre chose, pourquoi est-ce-que je m'embête à tout perdre dans la presse ? Parce que de toute façon tout ce que je peux gagner et écoper un puits sans fond* ». Et donc il y a peut-être un moment où il faut arrêter de faire de la presse, parce que ça n'intéresse personne, personne veut la lire.

- *Y a-t-il un magazine que vous aimez bien ou admirez ?*

Aujourd'hui ?

- *Oui.*

Moi je lis encore beaucoup de presse, principalement cinéma. Je dois lire à peu près toute la presse cinéma, souvent avec plaisir. Maintenant j'ai l'impression que c'est tellement un truc d'un autre temps, d'un autre monde, que je suis un peu perplexe.

- *Et si en 2019* Tsugi *n'existait pas, si vous étiez encore à* Libé*, seriez-vous prêt maintenant à vous lancer dans cette aventure ?*

Jamais de la vie.

- *Mais vous êtes satisfait avec le recul de ce qu'est votre magazine ?*

Oui oui, je suis très content, content d'être là, de faire ce qu'on a fait, d'avoir développé pleins de choses autour. Je suis assez fier d'avoir tenu plein de temps. Après je regarde ça avec une certaine perplexité. A un moment on se dit « *A quoi bon ?* ». Après, ce que je constate aussi, c'est que j'ai de plus en plus de mal à trouver des journalistes, des jeunes journalistes, véritablement formés à l'écriture papier, capables de faire des enquêtes et du reportage sur la musique. Il y en a très peu. On peut pas leur en vouloir vu qu'il n'y a aucun débouché, donc c'est un peu dommage, mais ça s'explique par l'absence de débouchés.

- *Et si* Tsugi *continue de fonctionner onze ans après sa création, c'est parce que le magazine s'est diversifié ?*

C'est uniquement par les différentes choses qu'on a créé autour que le magazine continue à exister. Uniquement.

- *Et maintenant, quand vous allez quelque part, on vous reconnaît comme directeur de la publication de Tsugi ?*

Dans le milieu de la musique et de la presse culturelle, quand on passé dix ans à *Libération* en étant le chef de service adjoint de la culture, on a un réseau. Je connais des gens aussi bien au *Monde* qu'à *Télérama*, ou aux *Inrocks*. C'est un petit milieu.

- *Pour parler de* VoxPop*, vous vous souvenez du magazine ?*

Bien sûr, oui. On l'avait soutenu à l'époque. On en parlait chaque fois qu'on pouvait, parce que c'était une aventure de presse qui était aussi proche de la nôtre, à une différence près, c'est qu'elle était faite par des gens plus jeunes. Les motivations étaient peut-être les mêmes, mais enfin ça s'exprimait de manière un peu différente, c'est-à-dire que nous on était très préoccupés par l'idée de trouver un modèle économique vraiment pertinent et qui permette de tenir le coup. Je pense pas que c'était leur préoccupation principale. C'était de faire le journal qu'ils avaient envie de faire, de s'amuser, et voilà. Donc c'est vrai que

clairement je pense pas qu'on avait envie de faire le même journal, mais ça n'empêche pas qu'on était ravis qu'ils existe.

- *Pensez-vous qu'à cette période-là les magazines musicaux s'influençaient entre eux ? Quel regard portiez-vous sur les numéros de* VoxPop *?*

Je crois qu'on a toujours... On se regarde tous un peu, déjà pour pas faire les mêmes couv, entre les *Inrocks*, *Magic*, *Rock&Folk*, *VoxPop*… Mais on regarde ce que les autres font, quand il y a des bonnes idées, on essaie de pas les piquer, et quand il y a une chose qu'on trouve moins bien, on essaie de pas faire la même chose. Quand on pique des idées, c'est plus à la presse anglo-saxonne, parce que ça se voit moins.

- *Vous avez encore une référence dans la presse anglo-saxonne ?*

J'ai pas lu la presse anglo-saxonne depuis des années, je sais même pas si elle existe encore. Parce que la presse musicale anglaise, qui était une référence, même si on la détestait tous, des fans de musique français, aujourd'hui elle est encore plus morte que la presse française. on sait pas si qui existe encore : *Q*… Tous les magazines très grand public. Et aux États-Unis, *Rolling Stone*… Voilà.

- *Avez-vous quelque chose à rajouter ?*

Je crois qu'on a mis beaucoup de temps à faire le magazine qu'on avait envie de faire. Très vite, on a eu des manques de moyens terribles qui ont fait que ça n'a pas été simple. Je suis pas certain qu'on ait jamais vraiment fait le magazine qu'on ait eu envie de faire. Mais en tout cas si ce magazine existe, c'est plutôt après le numéro 50… Le premier a été fait dans l'urgence. Les dix premiers, la maquette est pas terrible et c'est encore très classique**.**

Entretien téléphonique réalisé avec Nico Prat, réalisateur chez *Rockyrama*, le 23 avril 2019.

- *Vous travaillez pour* Rockyrama*, c'est bien ça ?*

Je suis auteur et réalisateur pour *Rockyrama*, pour les documentaires ainsi que les *Rockyrama* classiques qui sont des livres. A côté, je suis animateur sur *MCM*, à la fois des vidéos et du documentaire. Et pour la presse, j'écris à droite à gauche, un peu dans *Libération*, souvent dans *Jalouse* et puis d'autres trucs à droite à gauche.

- *Quelles études avez-vous faites ?*

Moi j'étais à Rouen, j'ai passé un bac littéraire et comme j'avais très envie de me barrer de Rouen, j'ai passé directement l'examen d'entrée de l'ESJ Paris, juste après le bac, où j'ai fait trois années.

- *Quelles ont été vos premières expériences professionnelles ?*

Mon premier travail en tant que stagiaire, c'était pour un magazine de mode qui s'appelle *Mixte*. J'ai dû faire un an là-bas, à mi-temps et je suivais les cours. Et mon premier CDD c'était pour *Pleine Vie*, le journal des vieux. Je bossais pour leur site web.

- *Comment avez-vous commencé à collaborer pour* VoxPop *? Vous faisiez quoi à ce moment-là ?*

Je connaissais Benjamin et Caroline, parce que quand je suis arrivé sur Paris, je suis allé dans un bar, le Shebeen. Je débarquais de ma province et les musiciens cool, j'ai eu envie de les rencontrer. J'ai commencé à sympathiser avec Benjamin. On s'est bien entendu autour de notre amour pour la pop anglaise, notamment Oasis.
Ensuite je crois que j'écrivais pour un blog qui s'appelait indiepoprock.net. J'étais au Motel et Benjamin me dit « *Ca te branche d'écrire pour* VoxPop *?* ». Dont le premier numéro venait de paraître. Donc j'ai commencé à écrire à partir du deuxième numéro. J'ai vraiment commencé avec *VoxPop*.

- *Qu'est-ce que* VoxPop *a apporté à votre trajectoire professionnelle ? Est-ce que ça a été un tremplin ?*

Avant, j'écrivais ce que je voulais quand je voulais. On me demandait rien, je proposais des idées d'articles. Je dis pas que c'est un schéma souhaitable, mais classique. Là, pour la première fois, non seulement j'avais des collègues à qui parler de pop et de rock, et en plus on me demandait des choses. Je disais oui à absolument tout. Déjà ça m'a apporté une structure. Jean-Vic relisait mes papiers, m'aidait à progresser. L'avantage de *VoxPop*, c'est que c'était une toute petite équipe, avec des tous petits moyens. Très vite, j'écrivais sur le web et j'écrivais non-stop. Je pouvais expérimenter et écrire un peu sur ce que je voulais. Au début, j'écrivais des petits trucs sur le web, puis des plus gros articles et une rubrique consacrée aux chiffres de l'industrie de la musique. Et pour l'avant-dernier numéro, j'ai eu ma première couv.

Jean-Vic m'a dit qu'il y avait Anton Newcombe , le chanteur de Brian Jonestown Massacre et me demande si ça me dit de l'interviewer. Je dis oui, j'ai été marqué par le film *Dig !*
J'y vais avec la pression et pendant l'interview, je me trouve face à un mec ivre mort à la vodka à 10h du matin et il déteste ma deuxième question, et il m'a craché dessus. Il a fait le bélier avec sa tête contre mon torse, et un quart d'heures après, Mathieu Zazzo s'est aussi pris la tête avec.

- *Vous avez des bons souvenirs en particulier de cette période-là ?*

J'ai quelques souvenirs. Moi ma première couv c'était un portrait croisé de Eugene McGuinness et Passion Pit. J'avais traîné en van avec eux et surtout, c'était ma première couv. J'étais fier.
Sinon un de mes plus beaux souvenirs, c'était que j'avais eu de la chance de faire un article sur Rouen où j'ai vécu dix-huit ans. Et comme à Rouen, le rock se mourrait, l'article a été assez mal accueilli, encadré dans un bar où les gens pouvaient écrire des insultes. C'est assez représentatif de la liberté dont on pouvait bénéficier. *VoxPop* avait cette ambition de faire les choses différemment. Ils ont accueilli en leur sein un mec fan de rock de stade. Je suis très rock de stade, j'adore les Killers. Et ils m'ont quand même laissé écrire sur des conneries, donc je les remercie.

- *Vous faisiez quoi à côté de* VoxPop *?*

Je traînais surtout dans des bars, j'organisais des concerts et je *manageais* des groupes.
Benjamin était invité sur *Le Mouv*, pour parler du premier album de Julian Casablancas et il ne pouvait pas y aller parce qu'il devait aller chez le dentiste. Et du coup, j'y suis allé, et j'y suis resté. Je suis revenu la semaine d'après pour parler d'autre chose. Et puis j'ai eu une chronique, puis deux, puis trois. Je me souviens que j'étais à la machine à café du *Mouv* quand Jean-Vic m'a appelé pour me dire que *VoxPop* s'arrêtait.

- *De quelle manière considérez-vous que* VoxPop *a pu avoir une influence sur votre réseau ?*

Pour être honnête j'écris beaucoup moins sur la musique, je fais plus de télé.
En revanche, avant j'étais presque personne et du coup le fait de dire « Je suis *VoxPop* » faisait qu'à l'accueil des concerts, les attachés de presse m'accueillaient. Dans les interviews, j'ai rencontré tous les gens de label, j'ai rencontré pleins de musiciens. Finalement, *VoxPop* m'a amené à rencontrer les gens de Rock en Seine. Aujourd'hui je travaille avec Rock en Seine. C'est sur le long terme. Je peux pas te dire que quelqu'un, un jour, a lu un de mes articles dans *VoxPop* et a dit « *Viens bosser avec moi* ». C'était plus dans la progression, mais je pouvais mettre *VoxPop* sur mon CV, et c'est la première entrée sur mon CV d'ailleurs.

- *Votre carrière professionnelle aurait-elle été différente sans ce magazine ?*

Ouais. Je me souviens très bien de mon père qui, quand je lui ai dit que je voulais devenir journaliste, m'a dit que c'est un métier difficile, donc de trouver un plan B. Je me souviens que j'ai été pris d'une sueur froide en me disant que je sais rien faire d'autre. Disons que je sais rien faire d'autre hormis raconter des histoires aux gens. Si il n'y avait pas eu *VoxPop*,

je pense que j'aurais été journaliste mais est-ce que j'aurais connu d'aussi belles années au *Mouv* ? A Rock en Seine ? Je pense que j'aurais quand même fait journaliste.

- *Quel est votre avis sur la presse musicale aujourd'hui ? Il y a un magazine que vous aimez bien/admirez ?*

Tsugi. Je vais être très corporate. En matière de musique électro, ça fait des années qu'ils sont là. Ils ont jamais fait de concessions et aujourd'hui je trouve que ce qu'ils font avec le cahier Musique de *Libération*… Ils proposent des enquêtes sur la musique et je trouve ça vraiment bien.
Olivier Lamm et Sophian Fanen, qui est maintenant aux *Jours*, c'est des mecs qui parlent brillamment de musique. Mais mes goûts personnels se tournent beaucoup plus vers le cinéma. Je dévore plus de presse cinéma que de presse musique.

Entretien téléphonique réalisé avec Christophe Moracin, directeur de promotion chez Domino Records France, le 26 avril 2019.

- *Vous êtes directeur de promo chez Domino Records ?*

Pour la branche française de *Domino*, oui. Ca va faire neuf ans. De base, *Domino* est un label anglais. Avant ils passaient par *Pias*, mais il y a neuf ans, vu le succès, ils ont décidé d'ouvrir un bureau français.

- *Comment avez-vous collaboré avec l'équipe de* VoxPop *?*

Avant, j'étais attaché de presse pour la structure de *Pias*. Je bossais pas mal avec Jean-Vic Chapus, qui pigeait avec pas mal de médias, dont *Rock&Folk*. Moi je suis au sein de *Pias* et on se retrouve à bosser ensemble, comme c'est un nouveau média (*VoxPop*), média qui avait l'air et a finalement été plus ambitieux que pas mal de médias musique de cette époque. Et on s'est retrouvé à bosser avec eux pour pas mal de projets.

- *Vous avez des exemples particuliers de collaborations ?*

Globalement, les artistes de chez *Beggars* et *Domino* ont été bien traités, mais si il fallait en retenir deux, c'est Anna Calvi et Eugène McGuiness. La couv a eu lieu deux-trois mois avant son album. Ça a vraiment lancé la carrière d'Anna, dans le sens où derrière il y a eu la couv des *Inrocks*, mais ça a été sa première couv. Le départ, c'est cette Une. Il y a eu un « *effet starter* ». Je dis pas qu'Anna Calvi n'aurait pas existé sans ça.
Et ensuite, celle sur Eugene McGuinness, c'est là où *VoxPop* sortait un peu des sentiers battus. Au moment où ils l'ont fait, c'était pas vraiment un artiste très établi. L'interview, on l'a fait après *L'album de la semaine*, l'émission télé qui n'existe plus aujourd'hui. Le groupe est arrivé en retard. Nico Prat est resté après l'émission et le tour manager du groupe voulait rentrer à l'hôtel. Et Nico s'est vu partir avec le groupe en tournée dans le van. Heureusement, il a pu sortir.
Ce qui est assez intéressant, c'est que ces deux journalistes, Jean-Vic Chapus et Nico Prat, sont assez différents, et ils n'empêchent que ces gens-là collaboraient tous avec ce magazine qui donnait un truc un peu plus ambitieux que la moyenne.
C'est la dernière tentative en presse musique : avoir essayé de trouver des thématiques, se creuser et sortir des sentiers battus.

- *Comment aviez-vous connu l'équipe de* VoxPop *?*

Déjà, il y a un truc générationnel. Jean-Vic Chapus a dû commencer le journalisme musical deux ans avant que je sois chez *Pias*. Mon boss chez *Pias* bossait avec Philippe Manœuvre, alors que moi ça n'a jamais été un semblant de relation plus que professionnel. Alors qu'avec Jean-Vic, Mathieu, Samuel, on a un peu grandi ensemble.
En dehors du fait qu'en bossant à un label comme *Domino*, avec les Kills, Anna Calvi, qui étaient des groupes qui étaient dans le cœur de cible de *VoxPop*, il y a le fait qu'on ait grandi ensemble. Moi je partais de *Pias* pour devenir directeur promo et eux arrêtaient les piges pour se lancer dans leur propre magazine.

- *Avec le recul, vous portez un regard positif sur ce magazine ?*

Dans le point de vue rédactionnel, ça l'a été. On va pas se mentir que la presse va pas bien, et la presse musicale non plus. Bon, il y a *Rock&Folk* qui a des lecteurs assidus. Mais la plupart des gens savent pas trop quoi faire, parce que je pense que ça serait difficile de lancer quelque chose comme *VoxPop*. En musique, je pense que ça serait très compliqué de le faire.
Il n'y a qu'à voir les *Inrocks*… Ca va de Roméo Elvis à Murat. Tout le monde est perdu. Il y a un petit peu dans les pages cultures de *Libé* qui se permettent quelque chose…

- *Et sept ans après la fin du magazine, vous avez toujours des liens avec ces personnes ?*

Oui, par exemple Jean-Vic Chapus a fait pour *Tsugi* l'interview de Fat White Family. Donc après, on s'est retrouvé à boire des coups. Même si on se voit moins. Nico Prat, on dit toujours qu'on va se faire un repas. Avec Mathieu Zazzo, comme il suit pas mal Cat Power, on a eu l'occasion de se voir pour *Grazia*. Ça nous arrive de nous croiser, comme des anciens combattants. On va dire que le disque c'est pas simple, la presse c'est pas simple, et *VoxPop* c'est une des dernières périodes où on a naïvement cru que la culture l'emporterait.

Entretien téléphonique réalisé avec Yann Bertrand, journaliste musique à *France Info*, le 1er mai 2019.

- *Quelle est votre situation professionnelle ? Pouvez-vous revenir sur votre parcours ?*

C'est très simple, comme tous les gens qui travaillent à *Radio France*, j'ai fait une école de journalisme, à Grenoble, l'institut de la communication et des médias. J'ai tout de suite commencé à faire des piges à la radio, à *France Bleu Isère*, pour ensuite intégrer le planning, qui est la porte d'entrée pour *Radio France*. J'ai fait trois ans et demi de contrat plus ou moins longs dans les locales de *France Bleu*… Et j'ai été embauché il y a quatre ans, sur le site web de *France Info*. Arrivé au multimédia, puis assez vite passé au service culture. Depuis mars 2015, je gère l'actualité musicale au service culture.

- *Vous souvenez-vous du magazine* VoxPop *?*

Je me souviens. Et surtout que sur le terrain, on les croise tout le temps ceux qui ont fondé le magazine, comme Jean-Vic Chapus et les autres…

- *Qu'est-ce que ça vous évoque ce magazine ?*

En fait moi, pour être très honnête, en 2007, j'ai pas pris le premier wagon, mais j'ai raccroché quelques mois plus tard. Ce que ça m'évoque, c'est une nouveauté en terme de magazine culturel. On a des vieux magazines comme les *Inrocks*, *Rolling Stone*, *Rock&Folk*, avec des critiques d'albums, des choses assez figées. Et des gens qui avaient mon âge, parlaient des mêmes choses que moi, parlaient de la musique en recontextualisant dans la société. Il n'y a avait pas d'élitisme apparent. C'était la liberté.

- *Vous êtes journaliste musique à la radio, quel regard portez-vous sur la presse musicale ?*

J'en consomme pas beaucoup pour être honnête. J'en ai consommé beaucoup avant, mais là vraiment plus énormément, parce qu'à la fois j'ai pas envie que les critiques influent sur mon jugement de tel ou tel album. Je préfère l'écouter comme je les reçois assez en avance.

- *Il y a un magazine musical que vous aimez particulièrement ?*

J'ai pas encore trouvé le magazine musical qui comme *VoxPop* pouvait parler de la musique sous un prisme un peu plus sociétal, avec des grands débats, des thèmes, comme musique et sport, musique et politique… Moi, le magazine musical dans lequel je me retrouve le plus, c'est pas vraiment un magazine musical, c'est *Society*. Je pense que c'est une façon de penser l'actualité qui est assez jeune. On va faire des thématiques assez pop, rigolotes, mais sur des sujets sérieux.

Entretien téléphonique réalisé avec Matthieu Culleron, journaliste à *France Inter*, le 2 mai 2019.

- *Quelle est votre situation professionnelle ? Pouvez-vous revenir sur votre parcours ?*

J'ai fait des études de droit, mais pendant mes études de droit à Nanterre j'organisais un festival de musique qui s'appelait Campus à l'oreille, organisé par le conseil régional d'Ile-de-France. Pendant trois ans, j'étais programmateur, puis j'étais président de l'association. J'ai toujours été immergé dans la musique. Très vite, je me suis orienté vers ça et du coup j'ai arrêté mes études de droit et je me suis dit qu'il fallait que je fasse quelque chose de ma vie. J'ai passé les concours des écoles de journalisme et j'ai pris la première qui m'a reçu : l'ESJ Paris. Dès le départ, j'ai continué à travailler dans la musique. Et j'avais un groupe, où j'étais chanteur. Le groupe tournait un peu. On m'a parlé de la création d'une radio du service public, *Alpha,* qui va devenir *Le Mouv*. J'ai dû postuler en mai 1997 et j'ai été engagé le 24 juin 1997. C'était à la Maison de la radio à Paris. On est resté à Paris le temps de la création, puis on est parti à Toulouse Au début j'étais assistant, et très vite, je suis passé reporter et ensuite reporter musique. J'animais deux émissions hebdo : une consacrée au hip-hop, une à l'électro.
Très vite, j'ai été spécialisé et j'étais en charge de tout ce qui était musique étrangère : festivals à l'étranger, reportages de musique à l'étranger, plus les deux cinéma.
De 1997 à 2008, j'étais au *Mouv*, mais en même temps j'avais pas un statut de journaliste.
Quand mon contrat s'est arrêté, du coup mon contrat de garde s'appliquait, et il a fallu que je parte ailleurs. Je suis allé à *France Bleu Paris* pendant trois ans, où j'ai été journaliste de base, je faisais de l'information générale : politique, faits divers, police-justice… J'étais sur le terrain. Et puis ensuite, j'ai été appelé pour un nouveau projet à la direction des nouveaux médias pour la création d'une chaîne qui devait s'appelait RF8, tout ça *drivé* par la direction des nouveaux médias. C'est un projet qui est allé très loin dans l'aboutissement mais s'est ensuite arrêté avec la venue du nouveau président Mathieu Gallet et son adjoint qui ont décidé d'arrêter le projet.
Et moi j'avais déjà fait un grand remplacement à *France Inter* depuis plus de deux ans, donc j'avais finalement travaillé plus de deux ans à *Inter*, où j'avais fait de la musique, mais tout ce qui concernait la culture ensuite. Pendant cette période de remplacement, j'ai fait le joker de la chronique musique du matin de Didier pendant presque deux ans.
Parallèlement à ça, je travaillais régulièrement sur les projets d'été musicaux d'*Arte*, où j'ai fait des documentaires diffusés l'été et j'ai présenté quelques émissions, notamment La route du rock en 2005 je crois, en direct, et la fête de fin d'année d'*Arte* qui devait s'appeler Arte Rock & Tracks (?).
Et après, j'ai postulé à *France Inter*, où j'ai été pris titulaire de ce poste au sein du service culture, et j'ai récupéré entièrement la musique.

- *Vous souvenez-vous du magazine* VoxPop *? Ça vous évoque quoi ?*

Oui. Je connais très bien Jean-Vic. Comme il a œuvré pendant toute cette période-là.
On se voyait tout le temps sur des déplacements ou sur des promotions d'artistes. Je fais partie d'une génération qui est plus ancienne que celle des lecteurs de *VoxPop*, parce que moi j'ai 47 ans. Quand j'étais jeune, j'étais abonné à *Best* plutôt que *Rock&Folk.*
Je m'en souviens parfaitement parce que c'était une nouvelle offre plutôt intelligente et innovante et qui mélangeait des « Newcomer » type The Horrors et qui rendait hommage à

des figures tutélaires du rock. Et puis il y avait la dimension photographique qui était importante avec les photos de Samuel.
Et ça devait correspondre au moment où les *Inrocks* changeaient de formule, ça devenait plus populaire. Ca venait contrebalancer le changement de ligne éditoriale

- *Vous êtes journaliste culturel à la radio, quel regard portez-vous sur la presse musicale ?*

La presse papier musicale est mourante et n'existera plus dans quelques années, voire quelques mois. Les chiffres sont catastrophiques. Maintenant, tout passe par les réseaux sociaux. Le *print* essaie de se sauver en publiant ses articles sur les réseaux sociaux. Ils précipitent leur mort aussi. Et en plus, la gratuité de la musique a fait que finalement qu'est-ce que c'est une chronique de disque quand tout le monde peut avoir accès à l'écoute et se faire sa propre opinion. Il y a autant de journalistes musique, que de gens derrière l'ordinateur.
Davantage, c'est qu'on peut se déplacer, aller dans les festivals, rencontrer les stars.
C'est cette proximité qui est le seul atout qui reste une spécialité du journalisme musical. Tout le monde potentiellement peut être journaliste.

- *Il y a un magazine musical que vous aimez particulièrement ?*

Maintenant, c'est des journalistes que je regarde sur le web, ça peut être de tout. Ca peut être des grandes enseignes, ça peut être *Society*, les *Inrocks*, *Pitchfork*…
Il n'y a plus de journal de référence. Les *Inrocks* restent une marque forte, mais elle est en déclin et c'est presque devenu un journal professionnel, c'est les professionnels de la musique qui lisent ça, les attachés de presse...

Entretien téléphonique réalisé avec Stéphane Deschamps, ancien journaliste aux *Inrocks*, le 2 mai 2019.

- *Quelle est votre situation professionnelle ? Pouvez-vous revenir sur votre parcours ?*

J'ai fait l'IUT de journalisme de Tours en 1989-1990. J'ai fait mon stage de fin d'études aux *Inrocks* en 1990, ce qui m'a donné l'occasion de faire ma première pige, c'était une chronique de disque. J'ai été pigiste pour les *Inrocks* jusqu'en 1998, en faisant d'autres choses à côté, et j'ai été embauché aux *Inrocks* jusqu'en juin 2018.

- *Vous souvenez-vous du magazine* VoxPop *?*

Oui, très bien.

- *Qu'est-ce que vous évoque ce magazine ?*

Ca évoque un magazine de qualité. Je lisais pas tous les numéros et je me souviens pas exactement de la période. Je me souviens, pour le numéro que j'ai eu entre les mains, qu'il y avait de bonnes idées de sujets et de belles photos. Je me disais « *Pourquoi on y a pas pensé aux* Inrocks *?* »

- *Quel regard portez-vous sur la presse musicale ?*

Je pense un regard très négatif. Il n'y a plus grand chose. La musique, dans la presse généraliste, n'a plus une place très importante et elle a beaucoup moins d'importance dans la culture qu'il y a vingt ans. Elle est devenue un produit comme un autre. Et puis les canaux de médiatisation ont changé : Youtube…

- *Il y a un magazine musical que vous aimez particulièrement ?*

J'aime bien le magazine *Rolling Stone.* J'aime bien la maquette, après c'est la ligne éditoriale de *Rolling Stone*. C'est à la fois large et sur une niche.
Aux *Inrocks*, j'étais un peu plus spécialisé dans les musiques du monde et je déplore qu'il n'y ait plus de magazine consacré à ces musiques-là. Il y a quelques sites, mais c'est pas pareil.
J'avais arrêté depuis un moment de lire la presse musicale, même quand jetais aux *Inrocks*, je trouvais plus mes infos sur les blogs anglo-saxons, comme *Pitchfork*, en faisant des recherches… Je pouvais trouver des bons articles sur le site du *Guardian*, mais je n'étais plus impatient d'acheter un journal.

- *Vous pensez que la presse culturelle magazine est vouée à l'échec ?*

Ca me semble très compliqué, mais c'est assez logique. Sur Internet, on peut à la fois lire des choses sur la musique, tout en regardant des vidéos. On a moins besoin de la prescription d'un journaliste. Là où la presse musicale peut encore avoir un beau rôle, c'est les papiers très longs, les reportages… Mais tout ça coûte de l'argent, et il y a très peu de journaux qui peuvent se le permettre. J'ai publié un livre en mars et il y avait pas mal

d'articles dans la presse musicale, surtout des articles courts. Je ne trouve pas dans la presse musicale ce que je voudrais lire.

- *C'est le format qui vous dérange donc ?*

Dans les *Inrocks*, avant de partir, ça m'est arrivé de faire des papiers de huit pages en 2017, mais je voyais bien que c'était la fin. Je pense que la presse papier est un peu condamnée. Il y a moins de kiosques, les gens perdent l'habitude d'acheter. Je pense qu'elle peut exister sur des niches, comme le blues, la soul avec le magazine *Soul Bag* qui doit vendre quelques milliers d'exemplaires tous les trois mois… Mais comme modèle économique ça me semble très mal barré.
Si je devais arrêter d'être journaliste musical, ça serait raisonnablement, parce que j'ai connu ce métier à un moment super et que j'ai pas envie de me battre pour des miettes.

Entretien téléphonique réalisé avec Sophian Fanen, cofondateur des *Jours*, le 6 mai 2019.

- *Pouvez-vous revenir sur votre parcours professionnel ?*

Je suis diplômé d'histoire contemporaine en maîtrise et de journalisme. J'ai une maitrise de science et technique au CUEJ, à Strasbourg. J'ai fait l'université aussi. Et ensuite, et encore aujourd'hui, les trois quarts de mon temps, je les ai passés dans la presse écrite, aussi bien web que papier.
J'ai fait pas mal de radio *: Radio France* notamment dans l'Est, *FIP* et des séries pour *France Culture.* Et pour beaucoup de journaux en occupant différents postes : *Dernières Nouvelles d'Alsace*, des corrections, et en musique, j'ai pigé pour un peu tous les magazines : *Trax*, *Magic*… Je n'ai pas été un pigiste très actif parce que j'avais toujours un boulot à côté. Je suis rentré à *Libération* fin 2007 et j'en suis parti tout début 2015, où là j'étais journaliste à cheval entre la culture, la musique et le service qui s'appelait à l'époque « Écran media », qui s'occupait de tout ce qui était service numérique. Et ensuite j'ai cofondé *Les Jours*.

- *Vous souvenez-vous du magazine* VoxPop *?*

Oui oui, je m'en souviens.

- *Qu'est-ce que vous évoque ce magazine ?*

Ça a été une belle parenthèse. C'est pas le bon mot. *VoxPop*, je l'ai toujours lu avec attention et avec envie, parce que c'est un magazine qui a essayé et a souvent réussi à mêler société et musique, a considéré que la musique et les musiciens c'est pas juste un album qui sort tous les trois ans, une tournée et un dossier de presse que tout le monde recrache. Il y a pleins de vie, d'histoires, de métiers derrière. Je me rappelle d'un super dossier de *VoxPop* sur les avocats de la musique. C'est passionnant, et ça éclaire beaucoup sur la musique. Et l'image... C'était un beau magazine. Un magazine utopique mais dans le bon sens du terme, comme un magazine doit l'être.
En France en tout cas, il n'y a pas vraiment de modèle économique pour la presse musicale, du coup on cherche d'autres équilibres que les ventes pures. *VoxPop* a cherché ses équilibres-là, mais en partant d'une vision littéraire et intelligente.

- *Vous avez cofondé* Les Jours *et étiez auparavant chef adjoint du service culture de* Libératio*n, quel regard portez-vous sur la presse musicale papier ?*

La presse musicale papier, c'est relativement triste. En France, on a jamais eu une presse musicale papier délirante. Il y a eu les grandes années de *Rock&Folk*, des *Inrocks*, de *Libé*. Ce qui n'empêche pas qu'après ces grandes années, des gens ont continué de faire des choses folles. *Magic*, on sait pas trop ce qu'ils veulent dire. Les *Inrocks,* tout le monde est parti, et eux-mêmes ne savent pas trop ce qu'ils veulent dire, ils sont dans une sorte d'interrogation.
Deux magazines pour moi sont des modèles sur la longueur, c'est *Soul Bag*, qui a fêté ses 40-50 ans, qui est un truc de passionnés. Je suis pas sûr que grand monde vive de l'écriture.

Et *New Noise* qui a changé de nom. Après, le fait d'être très largement bénévole, ça les protège de pas mal de choses.
Souvent pour la presse musicale en France, les ventes kiosques suffisent pas. On finit par faire des partenariats publicitaires et ça abime le contenu. Il y a pleins de bonnes initiatives ; *Audimat* qui est une revue qui sort tous les ans je crois. Ils doivent en vendre quelques centaines à tout casser. Pareil une revue qui est entre la musique et la socio qui s'appelle *Volume !*

- *Et pour le web ?*

Je trouve qu'en France on s'en sort pas trop mal. Il y a une presse rap qui est plutôt dynamique en ligne. Après, moi, j'apprécierais qu'elle s'épaississe en terme d'écriture. Souvent, en terme de forme, c'est très amateur et on s'ennuie vite parce que les thèmes ne sont pas passionnants. Ce que je viens de dire n'est pas valable pour le meilleur média musique je pense : *Abécédaire* qui traite de toutes musiques confondues. En fait, ce qui est compliqué, c'est qu'on a pas forcément résolu la question de « *A quoi sert le journalisme musical ?* ». Aujourd'hui, on mélange beaucoup journalisme musical et relai de communication. J'aimerais qu'on fasse plus d'enquêtes, de récits... Il n'y a pas un média en ligne où je vais systématiquement. Je vais aller chercher des auteurs, des autrices. Chez *Brain,* ça peut être très bien et après le papier d'après n'est pas bien. Ca peut être dans pleins de journaux comme *Society*, *YARD*, etc. Mais il n'y a pas un média où je me dis « *Ils tiennent une ligne…* ». Il y a aussi l'équipe d'*Audimat*.

Résumé

Ce mémoire porte sur l'impact de la création d'un magazine musical sur les carrières de ses fondateurs. Il prend l'exemple de *VoxPop*, publié de juillet/août 2007 (numéro 0) à novembre/décembre 2012 (29e numéro).

Ce magazine musical bimestriel thématique « Tout et société » a été lancé par cinq personnes passionnées de musique : Jean-Vic Chapus, Benjamin Durand, Caroline Harleaux, Samuel Kirszenbaum et Mathieu Zazzo. A son lancement, leur société Are You Loaded comporte trois pôles : la publication d'un magazine papier, un site internet indépendant du magazine et l'organisation d'événements, notamment de concerts. *VoxPop* est lancé en pleine crise de la presse par des personnes âgées de 20 à 30 ans, ayant déjà collaboré à un fanzine.

Ce mémoire de recherche s'attache à analyser la manière dont la création d'un magazine musical peut s'affirmer comme un tremplin dans une carrière professionnelle.

Il revient tout d'abord sur le média comme reflet des aspirations des fondateurs, en interrogeant la réception du média par les pairs journalistes. Pour se faire, plusieurs professionnels ayant eux-mêmes créé leur magazine ou travaillant actuellement dans le domaine de la musique et du journalisme musical ont été interrogés.

Il interroge ensuite le média comme école pour le professionnel, lui inculquant un savoir particulier et technique, en participant à la légitimité professionnelle de ses fondateurs.

Enfin, à travers l'analyse des carrières professionnelles, la question du réseau et de son importance à des moments charnières d'un parcours professionnel sont abordées, comme le lancement et l'arrêt de la publication du magazine, en janvier 2013.

Mots clés

- Média
- Magazine
- Presse musicale
- Trajectoire professionnelle
- Carrière
- Terrain
- Réseau
- Musique