

Retranscription Noa Moon

Brieuc Dispersyn (le 09/05/2017)

Avant tout, peux-tu m'expliquer rapidement ton rôle chez Team4Action ?

Alors, ça fait une dizaine d'années que je suis chez Team4Action mais en réalité je suis indépendant. Je travaille aussi pour la SABAM sur le côté et d'autres sociétés dans le milieu. Chez T4A, je suis le digital strategist ; je m'occupe en gros d'une cinquantaine d'artistes, avec Noa Moon. Leur communication web quoi, Facebook, Instagram, Twitter, ... C'est presque du temps plein.

Peux-tu rapidement présenter l'artiste, sa carrière en quelques mots ?

Eh bien Noa Moon a sorti son deuxième disque le mois dernier, et elle peut se baser sur un premier succès... je sais plus trop la date exacte, 'Paradise', qui a très bien marché en Wallonie, qui a eu un très bon airplay et est beaucoup passé sur les médias traditionnels (Tv, Radio, ...) et ça a aussi bien fonctionné en France et un peu en Flandre. Elle a acquis le grand public comme ça. Si je me souviens bien c'était en 2013. Elle a sorti un album à la même époque qui a plutôt bien fonctionné, mais l'attention du public s'est toujours portée principalement sur le titre Paradise.

Et comment tu qualifierais sa notoriété actuelle ?

Actuelle ou celle d'avant aussi ?

Actuelle, en te basant un peu sur le passé si c'est possible

En fait son deuxième album est beaucoup plus personnel, elle fait un peu la démarche inverse en fait, après avoir connu un gros succès dès le début elle se permet quelque chose de plus personnel sur ce 2eme album. Elle veut un peu sortir de son image de « celle qui a fait Paradise » avec des titres un peu plus recherchés. Elle a aussi beaucoup évolué dans sa vie personnelle et a eu le besoin d'évoquer tout ça dans ses nouvelles chansons.

Est-ce que tu pourrais décrire son univers, sa spécificité en deux mots aussi ?

Euhh c'est compliqué il faut dire... En deux mots, c'est un univers coloré, joyeux. Mais ce n'est que mon avis personnel, c'est très subjectif et ce sera différent d'une personne à l'autre. Je ne suis pas vraiment au courant de comment elle-même perçoit concrètement son univers, mais ça doit tourner autour de ça. C'est des chansons pop / folk simples et efficaces, mais qui se tournent aujourd'hui vers des compositions plus personnelles et recherchées. C'est assez large en fait, chacun peut y mettre et y voir ce qu'il veut, ce n'est pas hyper défini. Avec le deuxième album, il y a aussi tout le côté aquatique, qui vient du titre azurite comme

la couleur et qui évoque l'océan, la mer, l'eau et le bleu en général. C'est le fil conducteur de cet album, et le visuel tourne autour de ça.

Maintenant, quelle est l'image qu'elle veut véhiculer à travers ses communications et comment elle intègre justement ça dans sa communication justement ?

Eh ben justement le vrai but de ce 2eme album, c'est qu'on reconnaisse son talent, qu'on découvre réellement son univers après son premier hit. Elle veut vraiment aller plus loin et approfondir, qu'on la connaisse vraiment plus personnellement. Comme je l'ai dit, des choses se sont passées dans sa vie personnelle entre les 2 albums et elle a eu besoin d'en parler. A ça s'ajoute un certain changement de style, elle ajoute un peu d'électro, c'est plus pop que folk, mais avec une écriture plus poussée. En gros elle invite les gens à ne pas s'arrêter à son premier succès « Paradise » qui a un peu mis le reste du 1^{er} album sur le côté.

Quels sont les indicateurs que tu utilises pour voir si c'est bien perçu par le public ?

Alors justement laisse-moi préciser : plusieurs personnes gèrent sa page, dont moi, elle, ... Moi je m'occupe plus de la stratégie globale, donc je ne sais pas te répondre sur ce détail. Je regarde plus les résultats globaux et je décide s'il faut remettre du budget dans les boost, s'il faut faire une relance, etc. Donc je ne sais pas vraiment t'aider là-dessus, désolé. Mais en gros je regarde les statistiques générales, les réactions sur les posts, ... Et à partir de là on peut déjà se faire une petite idée sur l'avis du public. Après c'est difficile d'avoir un avis direct sur l'image en tant que telle de Noa Moon, c'est surtout des réactions aux publications en elles-mêmes.

Est-ce que l'univers de Noa Moon est concrètement intégré dans ses actions de communication ?

Alors oui, bien sûr. Mais comme je l'ai dit, il reste assez large, il n'est pas spécifiquement défini. En dehors de l'aspect aquatique du nouvel album et du caractère plus personnel des chansons, chacun peut y voir ce qu'il veut. Donc oui dans les visuels on va mettre du bleu et de l'eau, Manon (le prénom de Noa Moon) va échanger directement et personnellement avec le public sur sa page. Mais au-delà de ça, les gens se font leur propre avis. On planifie les posts selon ce qu'on estime bon de faire en regardant les statistiques, mais sur le côté Manon intervient aussi elle-même évidemment, c'est sa page.

Tout est planifié ?

Oui, mais on se laisse une marge de manœuvre. Ca ne sert à rien de s'enfermer dans un cadre rigide non plus. Comme j'ai dit, on regarde les statistiques globales et on voit ce qu'il faut faire, améliorer, relancer. Puis Manon gère aussi sa page, elle a le droit d'aller y mettre ce qu'elle veut si ça lui chante, on lui fait confiance.

Maintenant, pour plus parler des canaux de communication en tant que tels, dans les médias en général, qu'est-ce qu'elle utilise et sur lesquels elle se base le plus ?

Alors généralement on utilise la presse classique, avec [Pias] qui fait très bien son boulot à ce niveau-là, on a une superbe couverture presse papier quoi. On a aussi un peu la télé, plus ponctuellement.

Niveau radio, les nouveaux titres ont un bon airplay même si c'est pas aussi bon que Paradise avant. On a aussi tout ce qui est interviews en radio etc...

Niveau web, on utilise Facebook, Instagram, un petit peu Twitter et Youtube. Tous les médias qui s'utilisent en général quoi, on reste assez traditionnels au final.

Et quelle est l'importance par rapport à tout ça des réseaux sociaux en eux-mêmes ? et Facebook en particulier ?

C'est les moyens les plus direct pour toucher les fans, pour atteindre les gens... Sur le court terme avec les publications mais aussi et surtout sur le long terme aussi. Après ces réseaux sont complémentaires, ils ne servent pas chacun forcément à la même chose. Ils ne touchent pas non plus les mêmes publics. Mais ils sont très directs et c'est là-dessus qu'on joue.

Quelles sont les grandes lignes, les grands objectifs de la communication de l'artiste en général ? En gros, les buts généraux ?

Ben justement il n'y a pas qu'un seul but... on fait de la communication personnelle, professionnelle, beaucoup de promo aussi... ça dépend vraiment de ce qu'on veut faire et on adapte en fonction. Le contexte joue beaucoup quoi.

Pour le moment, l'idée c'est de réussir à changer l'image un peu facile que les gens se font de Noa Moon globalement. On veut la faire sortir de la case « Paradise » et mettre l'insistance sur le deuxième album en tant que tel. Pas juste dire que c'est la suite, que c'est nouveau, mais montrer que c'est mieux écrit, qu'il y a des nouvelles sonorités, et qu'elle parle d'elle-même de façon plus personnelle.

Après on vise toujours des objectifs à plus court terme comme les retombées presse ou de bons retours sur les réseaux sociaux, comme chaque artiste. Il faut faire en sorte que l'album soit écouté, éventuellement acheté, puis derrière tout ça on doit vendre des places de concerts. Elle va faire beaucoup de festivals pour présenter toutes ces nouveautés, mais pour que ça fonctionne il faut que les gens aillent la voir et donc qu'ils soient intéressés de prime abord.

L'idée finale, c'est évidemment de toujours faire grandir son public, et il faut passer par tout ça pour y arriver.

Quelle importance est-ce que Noa Moon accorde à la participation de ses fans ? Est-ce qu'il y a une recherche d'interaction, de participation de son public ?

Alors niveau participation c'est elle qui gère, moi je ne vais pas voir ses messages privés ou je ne vais pas voir le moindre des commentaires, je lui fais confiance. Mais je sais qu'elle sait ce qu'elle fait, elle est très présente pour ses fans, elle trouve ça très important. Elle prend beaucoup de temps pour aller lire leurs retours, elle lit leurs messages et elle prend le temps d'y répondre. Donc oui y'a une grande participation de l'artiste envers son public, elle interagit beaucoup car elle en estime l'importance. Ils sont vraiment pris en compte, écoutés. Ça ne va pas que dans un seul sens.

Maintenant on va plus parler de la stratégie Facebook en tant que telle, plus précisément. Donc on avait parlé des buts généraux des médias en général, mais sur Facebook, si tu ne devais retenir qu'un seul but auquel Facebook te sert, qu'est-ce que tu retiendrais ?

Tout est important. Je ne saurais pas te dégager quelque chose de spécifique, Facebook sert à plein de choses et chacune de ces choses est importante dans la stratégie générale. Que ce soit pour la promo, l'actualité, les dates de concerts, la sortie de nouveautés comme les clips ou le partage d'articles, tout est complémentaire en fait. Ce sont des choses qui nourrissent globalement la page et donc l'image de l'artiste qui en ressort. Du moment que ça intéresse le public, on se sert de tout, c'est toujours bienvenu, sans distinction.

Sur Facebook, quel est le moyen de com que tu juges le plus efficace selon ton expérience ?

Y'a pas un seul moyen qui prime, encore une fois il faut en combiner plusieurs, y'a une vraie combinaison à faire. Après, tout dépend du message, et selon ça tu vas mettre une photo, une vidéo, un lien, ... Faut vraiment combiner car un moyen seul n'est jamais vraiment efficace. Il faut juste éviter de juste mettre un texte de 2 lignes qui dit 'coucou c'est moi comment ça va ?', ça n'a aucun sens et aucune utilité, ça va se perdre totalement. Donc oui en gros il faut en combiner plusieurs et essayer de mettre du visuel, et dire quelque chose qui se justifie, il faut que le contenu soit consistant sinon ça n'intéresse personne. Il faut apporter quelque chose.

A quelle fréquence communiquez-vous sur Facebook ? Est-ce qu'il y a un planning prédéfini ou c'est beaucoup plus spontané... ?

Il y a un planning oui pour les posts importants et notamment quelques pubs. Après tout dépend de l'actualité. Et Manon (Noa Moon) gère très bien ça elle-même, elle sait ce qu'elle doit faire niveau publications, nous on est derrière pour les trucs plus importants quoi. En gros je dirais qu'on tourne à entre 2 et 3 publis par semaine. Mais encore une fois tout dépend de l'actualité de l'artiste, là elle revient avec un album donc c'est plus intensif, mais elle s'est pas arrêtée non plus entre les 2 même si elle n'avait plus grand-chose. C'est quelque chose qui s'entretient et qu'il faut relancer régulièrement quoi. Mais je rappelle qu'il faut avoir quelque chose à dire, relancer pour relancer ne sert pas à grand-chose. Donc au final on a un

planning défini oui, et Manon apporte une touche de spontanéité puisqu'elle est la personne qui intéresse le public.

Quelle spécificité est-ce que t'identifies dans la com sur les réseaux sociaux par rapport aux médias traditionnels, outre le fait qu'ils soient beaucoup plus directs ?

Le plus frappant, c'est qu'ils te permettent de toucher d'autres personnes. Tu peux vraiment aller chercher des nouveaux publics et parler directement avec eux. Après y'a un truc très important, c'est que tous ces réseaux sont très différents et complémentaires, y'en a pas un plus important que les autres ; Pure FM n'est pas Facebook du tout, mais les deux nous servent beaucoup, tu vois ? Donc oui les réseaux sociaux sont très directs et permettent de toucher plein de nouveaux gens, mais ça ne suffit pas, il faut que le reste suive.

Comment ça se traduit dans la stratégie générale ?

Les médias traditionnels aident beaucoup à élargir le public, ils apportent aussi une certaine légitimité, et les RS servent à entretenir la relation sur le plus long terme tout en allant chercher un public qui n'écoute pas forcément la radio ou qui ne regarde pas la télé. Encore une fois, tout ça c'est complémentaire, t'as une combinaison globale qui se forme et qui fait sens une fois que tu prends du recul. JE ne pense pas que la page de Manon aurait bien fonctionné si elle n'avait pas eu le succès radio qu'a été « Paradise », et dans l'autre sens, la communication via la page a permis de tenir les gens au courant des nouveautés en dehors des médias traditionnels, et aussi de donner une vision plus personnelle de Manon plutôt que la simple écoute d'un titre ou le visionnage d'un clip. Ce sont deux versants combinés qui forment un tout plus cohérent, quoi.

Au niveau de l'importance qu'elle accorde aux avis des publics... Comment est-ce que vous positionnez les publics ? En simples récepteurs, en interlocuteurs, en participants ... ?

Comme je l'ai dit tout à l'heure, les avis des publics sont très écoutés par Manon, elle y passe pas mal de temps. Pour avoir leurs réactions, on les positionne en tout, y'a pas qu'une façon de leur parler. Encore une fois ça dépend de ce qu'on veut faire passer, y'a différentes façons d'interpeller ; en leur demandant ce qu'ils pensent, en leur demandant s'ils seront là au concert, voir leurs réactions lors des annonces plus unilatérales, en leur demandant concrètement de partager ... L'idée c'est de faire passer le message, avec une façon d'interpeller choisie au cas par cas, et d'après essayer de montrer que les réactions ont été prises en compte ; on essaye de pas rester dans l'unilatéral sinon on perd les gens. Je vois pas quoi dire de plus, c'est assez difficile de répondre à cette question.

Est-ce qu'il y a des cas où l'artiste, dans sa com, change de comportement selon la réaction de ses publics ?

Alors il y a peu de changement de comportement chez Noa Moon. Il faut savoir qu'elle sait ce qu'elle veut, elle connaît bien ses publics et on peut lui faire confiance dans ce qu'elle fait sur ses réseaux. Mais dans mon boulot il arrive qu'on doive recadrer d'autres artistes parfois, qui ne savent pas trop bien comment s'y prendre, parfois jusqu'à les remplacer sur leurs réseaux. C'est du cas par cas mais oui j'ai déjà connu des situations assez délicates à ce niveau-là. Mais pour revenir à Noa Moon globalement elle gère très bien ça toute seule, après on est derrière elle pour tout le côté stratégique.

Dans l'autre sens, imaginons qu'elle voit qu'il y a quelque chose qui intéresse fortement son public, est-ce qu'il y a un changement qui peut arriver dans sa façon de communiquer, suite à une demande ou une réaction des fans ?

Alors oui ça peut arriver, on n'a pas encore eu concrètement le cas mais imaginons qu'on voie que son nouveau titre plait massivement aux 6-10 ans, évidemment on va s'adapter à ça et les privilégier dans la communication, aller davantage vers eux. Mais attention hein, ça ne reste qu'une partie du public et on ne peut pas oublier le reste, faut toujours garder la globalité en tête. Donc oui on s'adapte toujours aux publics, et on repère ce qui fonctionne pour approfondir ça sans délaisser le reste non plus. On essaye de suivre le mouvement, les tendances, mais on doit rester dans la lignée de notre stratégie de base quoi.

Et plus concrètement sur Facebook, le public a-t-il déjà amené un changement concret ?

Je n'ai pas d'exemple qui me vient en tête, désolé.

D'accord. Quels sont les désavantages que tu aurais repérés au cours de ton expérience dans l'interaction avec les publics sur les RS ?

Je vais parler de manière générale là.

Ok, et si tu as un exemple pour Noa Moon ça m'intéresse aussi.

Ouep. Alors faut pas se faire de films on est sur internet donc forcément y'a des gens qui se sentent un peu plus libre de parler derrière leur écran.. ça peut amener à des problèmes comme les insultes etc, y'a toujours des petites dérives mais en général elles ne posent pas de grands soucis. Au niveau de Noa Moon ça se passe plutôt bien... Bon oui y'a des gens qui ont tendance à lui faire des déclarations... des déclarations un peu trop appuyées si tu vois ce que je veux dire... c'est parfois gênant mais jamais vraiment grave, mais il n'y a pas d'autre grand problème outre mesure.

Ça reste gérable en général quoi.

Je vois. Et au cours de ta carrière, est-ce que tu as connu une grosse crise à ce niveau-là avec les publics ?

Hmmm je dirais non. Pas vraiment. Comme je l'ai dit y'a déjà eu des soucis avec ça mais au final on s'en fout des crises. Je m'en fous vraiment quand y'a un mec qui gueule tout seul en commentaire, il ne faut justement pas réagir et le laisser gueuler dans son coin si ça lui chante. Il faut garder son sang-froid. Je le dis aux artistes et Noa Moon l'a bien compris, si on commence à faire attention à tout on n'en sort plus, il faut filtrer quoi. Et les gens l'ont compris aussi, ils passent outre aussi. Mais j'ai jamais vraiment eu de grosse crise non, globalement ça se passe bien, les gens savent se tenir (rire).

On arrive à la fin. Selon toi, comment privilégier au mieux l'implication d'un public qui est de plus en plus volatile ?

Ahhh ben alors concrètement le vrai but c'est de se faire une bonne base de fans. Mais faut pas non plus vouloir taper n'importe où et aller chercher n'importe qui. Il faut vraiment bien cibler et pas juste aller ramasser les likes. Au final tes likes ne font pas tout, loin de là. Je préfère de loin une page de 5000 fans où les gens suivent et sont au taquet qu'une page de 100 000 où tout le monde s'en fout, vraiment. Ça joue énormément. Donc le ciblage est très important, vaut mieux établir une bonne relation avec peu de personnes que d'aller draguer n'importe quel public pour que plus rien ne suive après, ça, ça n'a pas de sens. Avoir beaucoup de likes c'est joli sur une page, mais ce qui compte vraiment c'est la relation que tu as avec ces gens. L'idée c'est qu'ils soient prêts à suivre et à partager le message de l'artiste, devenir des petits ambassadeurs en quelque sorte.

Justement, une fois que tu les as ciblés, comment tu les retiens ? Comment tu réactives leur attention sur le réseau ?

Ben en gros il ne faut pas faire que de la promo, il faut aussi avoir un petit budget pub pour les posts importants pour relancer l'attention et faut discuter avec le public quoi. Il faut que le public y trouve son compte, qu'il ait un intérêt à suivre l'artiste.

Mais dans tout ça, il n'y a jamais vraiment de garantie de fonctionnement ... ?

Non, y'a pas de garantie à 100% mais ça se voit très vite quand ça fonctionne ou pas. Si tu vois qu'un post boosté n'attire pas plus que ça y'a pas de secret, c'est qu'il y a quelque chose qui ne va pas. En revanche si une simple publi a plein de partages c'est que t'es dans le bon. Donc oui pas de réelle garantie mais on a assez vite les éléments en main pour voir si on se dirige dans la bonne direction ou pas. On peut assez facilement repérer les problèmes et s'ajuster, c'est un peu ça l'intérêt, c'est beaucoup plus réactif que dans les médias traditionnels en gros.

D'accord. Et enfin, selon ton expérience, quelles sont les actions de com qui entraînent le plus d'engagement de la part des fans sur Facebook ?

Comme je l'ai dit, faut toujours discuter directement d'autre chose que de la promo avec tes publics. Il y a un vrai juste milieu à trouver, faut que les gens sentent que Noa Moon partage sa vie avec eux, sans non plus dévoiler toute sa vie privée quoi. La promo est nécessaire mais tu peux pas te limiter à ça, faut donner quelque chose en échange du soutien que tu as. Etre ouvert, discuter, répondre, tout ça c'est important même si ça prend du temps. Et surtout, faut être honnête, c'est le principal. Le public voit quand c'est sincère, et en général il le rend bien à l'artiste. S'il voit de l'hypocrisie, ça peut être dévastateur.

Oui donc c'est vraiment trouver le bon milieu entre la promo qui est nécessaire, et la discussion en quelque sorte ?

Oui exactement, tu dois faire ta promo c'est inévitable mais il faut autre chose sur le côté pour compenser l'aspect plus commercial quoi, tu dois partager des trucs et pas toujours demander de l'attention. C'est donnant-donnant au final. Tu dois rendre au public l'attention qu'il te transmet, et dans l'idéal ça forme un cercle vertueux : si tu lui rends son attention, il t'en donnera encore plus, et ainsi de suite.