

NEW VIBES

*Rappeurs:
Génie de la
Communication?*



QUI SONT CES RAPPEURS?

Nos cousins américains ont toujours une longueur d'avance même sur l'utilisation des moyens modernes de communication.

Pour exemple Daniel Hernandez alias 6ix9ine sait se rendre incontournable sur les réseaux sociaux. Il a utilisé un modèle de communication hyperactif et plutôt rentable. Étant connu pour son personnage absurde, il a marqué son époque. Ce rappeur aux cheveux et aux dents multicolores s'étant tatoué "69" plus de 100 fois sur son corps et son visage n'a fait que parler de lui depuis 2018. Il a multiplié les actions de communication sur Internet, en clashant des autres rappeurs, montrant son appartenance au gangs et en s'affichant avec des bijoux et de grandes quantités de drogues. Grâce à toutes ces opérations, 6ix9ine comptabilise près de 15 Millions d'abonnés sur Instagram, et plus de 4 Milliards de vues cumulées sur YouTube. Son album "Dummy boy" a même atteint la deuxième place du Billboard des meilleurs ventes.

« LES PNL
SONT LES
FILS DE PUB
DU FUTUR » -
JACQUES SÉ-
GUÉLA VIA
RUE89LYON

En France, malgré des débuts timides, les marques et les médias commencent à saisir l'importance de ces figures, qui représentent maintenant toute une génération.

PNL en sont les leaders, Les deux frères teasent leurs sorties d'albums, clips ou encore concerts comme aucun autre groupe. Jamais une interview, ni utilisation d'un média traditionnel. Leur stratégie : être toujours à contre-courant.

C'est récemment que le groupe de deux frères annonce la sortie du clip "Au DD" en haut de la Tour Eiffel via un direct Youtube de 16 heures. Ils récoltent 11 millions de streams pour cet annonce. Quand au clip en question, il fait plus de 20 millions de vues 72 heures après sa sortie. Un exemple parmi tant d'autres qui montre la détermination du groupe à toujours innover.

Naturellement, certaines marques ont saisi l'occasion et se sont intéressées au groupe : Suprême, Off-White mais aussi Uber. PNL, c'est tout simplement une stratégie qui conjugue trois facteurs : la rareté, le luxe et la communauté

Photo du concert de pnl au Zéith de Paris complet lors de leur tournée «Dans la légende

Les artistes de rap en 2020 misent presque tout sur Internet : Ils filment leurs clips vidéos, les déposent sur la plateforme YouTube, et en font la promo sur leurs autres réseaux sociaux.

Internet leur est indispensable, il leur donne une visibilité inatteignable auparavant.

De nos jours, ce style priorise Internet dans sa promotion et rejette quasi-catégoriquement les médias classiques, comme les Interview TV ou les magazines Rap, les rappeurs s'affranchissent des maisons de disques et labels de plus en plus jeunes, certains osent même se lancer dans une carrière en indépendant. Constat : le public «urbain» n'achète plus de disque sans aller au préalable l'écouter sur YouTube, et découvre les nouveaux venus sur les réseaux sociaux.

QUI EN PROFITE?

On pourrait penser que ce sont les rappeurs les gagnants dans cette affaire mais loin de là, beaucoup en profitent. La majorité des rappeurs sont signés en maisons de disques, ils ne touchent uniquement 20 à 30% des revenus générés par leurs compositions. On aurait raison de diaboliser les maisons de disques et labels musicaux, mais ce sont ces organismes gèrent l'artiste de A à Z, le label va gérer la communication de l'artiste, son emploi du temps et que sa cadence de sortie d'album. Les labels ont cette étiquette de "requins de l'industrie du rap" dans la francophonie, mais sont à l'origine de la notoriété et du succès de beaucoup des rappeurs n°1 des charts actuels.

Pour promouvoir leurs projets, les rappeurs osent de plus en plus de collaborations, plus absurdes les unes que les autres, et cette stratégie fonctionne à merveille. Les marques sont de plus en plus ouvertes et veulent donc séduire une clientèle de plus en plus jeune en utilisant des référents de leur univers. Celles-ci profitent donc de la notoriété de l'artiste afin de pouvoir se refaire une image de marque dynamique et au goût du jour. Pour exemple, Lorenzo prête sa voix à l'application...Waze, une application de GPS, PNL (encore eux ...) mettent à dispositions des Uber Gratuit avec leurs albums diffusés dans les différentes voitures proposées.

Les rappeurs sont les "produits marketing" des maisons de disques, ce sont les personnalités idéales pour influencer un public de plus en plus jeune, ils envahissent donc la toile, la meilleure manière de se faire connaître le plus rapidement avec une personnalité et une stratégie de communication plus insolite que les rappeurs d'hier...

DES STRATÉGIES EFFICACES SUR UN TEMPS, MAIS À DOUBLE TRANCHANT...

Beaucoup de rappeurs veulent attirer le plus d'attention possible, et prennent des risques inconsidérés. Ces jeunes artistes décèdent de plus en plus jeunes d'overdose ou d'assassinat, ou finissent incarcérés sur plusieurs dizaines d'années.

La plupart d'entre eux communiquent beaucoup et ne suivent pas la cadence

ILUZIVER



NEW ALBUM

MARCH 2020