



BUZZ. Le duo était censé lancer son album à Wee Waa, au fin fond du bush australien. Même s'il a annulé au dernier moment, le buzz a quand même enflammé le Net.

Pourquoi les Daft Punk sont le business model à copier

Depuis ses débuts, en 1997, le duo de DJ français a vendu 8 millions d'albums. Un succès qui s'explique par un sens inné de l'innovation... et un art consommé de l'autopromotion.



2013 Random Access Memories Plus de 1 million d'exemplaires vendus la première semaine.

Plus de 1 million d'exemplaires écoulés en une semaine : le dernier album des Daft Punk a fait un carton. Telle une fusée, «Random Access Memories» s'est immédiatement propulsé en tête des ventes sur iTunes dans 92 pays ! Le duo français, composé de Thomas Bangalter et Guy-Manuel de Homem-Christo, totalise 8 millions d'exemplaires vendus depuis son premier album et enchaîne les succès. Les Daft Punk, c'est la France qui ose tout et qui réussit... tout. Leur parcours sert d'exemple et a décomplexé des

groupes comme Air et Phoenix, autres ambassadeurs de la fameuse French touch. Les deux DJ font la preuve que le «made in France», ça peut marcher. Un succès insolent qu'ils ont construit en actionnant quatre leviers. Revue de détail.

ILS INNOVENT TOUJOURS À CONTRE-COURANT

Les Daft Punk se sont toujours affranchis des standards de la musique électronique. «Chacun de leurs albums réinvente la dance music», commente le magazine «Les Inrockuptibles». Leur dernière création n'échappe pas à la

règle. Finie la pure électro : les morceaux pop et funk, joués avec de vrais instruments et auxquels collaborent des artistes renommés, ont pris les fans à contre-pied. «C'était un risque énorme : à la première écoute, on ne reconnaît pas les Daft Punk», apprécie Michael Wijnen, DG France de Columbia.

Un esprit novateur qui ne s'arrête pas à la musique. En 2003, les deux artistes se lancent dans un projet inédit de film, version animée de leur album «Discovery». Fervents admirateurs du dessinateur japonais de la série animée «Albator», ils parviennent à convaincre ce

CHINE ▷ C'est Guard Industrie, une PME de 40 salariés, qui rénovera la place Tian'anmen, à Pékin.



AUTO ▷ Le Nordiste Didier Leroy a été le premier non-Japonais à prendre la direction de Toyota Europe, en 2010. Depuis, il a complètement redressé la filiale.

dernier de collaborer avec eux au space opera «Interstella 5555», qui s'imposera comme un modèle du genre. Autre exemple de leur sens de l'innovation : la bande-son, en 2010, de «Tron : L'Héritage», un remake du film de science-fiction qui a bercé leur jeunesse. Pour l'occasion, ils ont fait appel aux musiciens de l'Orchestre philharmonique de Londres. Qui a dit que l'électro se limitait aux samplers ?

ILS UTILISENT LES CODES DU LUXE ET JOUENT LA RARETÉ

La cible des Daft Punk, ce sont les trentenaires et les quadras qui les écoutent depuis qu'ils sont ados. «Leurs fans sont urbains, plutôt leaders d'opinion, et ils ont des moyens», décrit Emmanuel Torregano, spécialiste de l'industrie musicale. Pour séduire cette clientèle de choix, le groupe s'est manifestement inspiré des méthodes marketing de l'univers du luxe. Comme Louis Vuitton, Chanel, Gucci et les autres, qui s'entourent des meilleurs artisans pour fabriquer leurs produits, le duo français a fait appel à des pointures du cinéma pour réaliser ses clips : Spike Jonze pour «Homework», Michel Gondry pour «Around the World». Idem pour leur dernier album, qui fait intervenir des artistes de légende : un pionnier de la musique électro, Giorgio Moroder, le roi du funk Nile Rodgers ou encore le rappeur Pharrell Williams du groupe N*E*R*D.

Les maisons de luxe se paient les plus beaux écrans dans les avenues les plus chères du monde pour présenter leurs collections ? Daft Punk a délaissé le français Virgin Records (Universal) pour Columbia, major de légende, qui a orchestré le lancement mondial de «Random Access Memories». Autre ingrédient essentiel pour intégrer l'univers du luxe : la rareté. En

INVITÉS DE MARQUE. Sur *Random Access Memories*, les Daft Punk ont réuni des stars ou des vieilles gloires. Ici, le rappeur Pharrell Williams et le guitariste de Chic, Nile Rodgers.



seize ans, le duo n'a sorti que quatre albums. Sur le Web, leur sobriété détonne : plus de 8,5 millions de fans sur Facebook, avec seulement 19 publications cette année... la plupart sans texte. Ce qui est recherché se vend cher : les deux Français sont aux deuxième et troisième places des DJ les mieux payés de la planète, loin devant David Guetta (en douzième position). Le monde du luxe les a d'ailleurs adoubés : Hedi Slimane, le célèbre directeur artistique de Saint Laurent, a dessiné leurs nouveaux costumes.

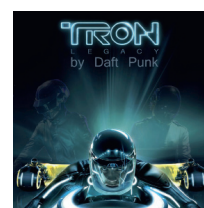
ILS CONSTRUISENT UN MYTHE EN MARKETANT LEUR IMAGE

Depuis la fin des années 1990, les Daft Punk ont le visage recouvert d'un casque de robot lors de chaque apparition publique, ce qui entretient le flou autour de leurs personnes. Timidité, soit d'anonymat ? En tout cas, un bon coup marketing qui permet de cultiver le fantasme. De Paris à Los Angeles, c'est le comble de la branchitude de pouvoir se targuer d'avoir croisé «en vrai» les deux DJ. Une stratégie qui passe aussi par une communication au compte-gouttes. L'annonce du dernier album, le 3 mars, dans l'émission américaine «Saturday Night Live», s'est limitée à un teaser de quinze secondes présentant

la pochette de l'album sur fond d'extrait du morceau «Get Lucky». Dans les semaines qui ont suivi, les quelques journalistes autorisés à écouter l'album racontaient avoir dû signer à tour de bras des documents les contraignant au silence total avant sa sortie ! Le 20 avril, le single «Get Lucky» est enfin dévoilé. Il bat immédiatement les records de vente. Encore un mois à attendre avant la sortie de l'album. Les fans prennent leur mal en patience, remixent ou parodient «Get Lucky»... et le bouche-à-oreille fait son œuvre. On connaît la suite. Dès la sortie de l'album, le 20 mai, carton plein. «Créer le désir a porté ses fruits», se félicite Michael Wijnen chez Columbia.

ILS S'AUTOFINANCENT POUR S'AFFRANCHIR DES MAJORS

Les Daft Punk ont financé eux-mêmes la production de leur quatrième album, qui a nécessité cinq ans de travail. Même si aucun chiffre n'a filtré, il a forcément fallu mettre le prix pour s'offrir des collaborateurs de haut niveau comme Nile Rodgers, du groupe Chic, ou Julian Casablanca, des Strokes. Une fois l'album réalisé, le duo a signé un contrat de licence avec Columbia, qui gère uniquement son exploitation : Daft Punk garde les droits sur les morceaux. ■ **Thomas Lestavel**



2010 Tron, L'Héritage (BO), 870 000 albums.



2005 Human After All, 380 000 albums.



2001 Discovery, 2,8 millions d'albums.



1997 Homework, 2 millions d'albums.

SPORT ▷ Les Français Joakim Noah (Chicago) et Tony Parker (San Antonio) sont les coqueluches du basket américain.



COSMÉTIQUE ▷ La marque L'Occitane réalise désormais plus de 25% de ses ventes au Japon.