

Melissa Phulpin

Une bonne étoile

Pour quiconque travaille dans l'industrie musicale, il est impossible de ne pas la connaître. Melissa Phulpin dénêche et accompagne les jeunes pousses de la musique.

Elle court toute la journée. Réunion de bon matin dans une maison de disques. Rendez-vous au café avec un artiste qu'elle défend pour organiser le planning promotionnel à venir. Déjeuner avec un journaliste. Café pris chez Radio France pour faire écouter quelques morceaux de son « catalogue ». Après-midi passé à coordonner les interviews données par un autre musicien. Coups de fil passés pour caler une session photo dans un club huppé ou un show-case pour le cocktail de lancement d'une nouvelle collection. Apéritif avec un manager incontournable de la scène pop française. Pour finir, concert dans une salle parisienne. Ou peut-être deux : Melissa Phulpin, 39 ans, a beaucoup d'artistes à suivre et la nuit peut être longue...

Ci-dessous : Fishbach.
En bas, à droite : Brigitte.



© MELANIE BORDAS-AUBIÉS



« Sur l'ensemble des artistes que je représente, on peut compter 80% de développement et 20% de pointures. Il y a ceux que j'ai vus grandir et qui ont explosé, comme Brigitte, Feu! Chatterton ou Radio Elvis. »

Du jeune artiste à la star confirmée, de la pop au rock en passant par l'électro et la chanson : Melissa Phulpin, que tout le monde appelle par son prénom, ne s'impose aucune contrainte générique, ce qui l'a rendue incontournable tant auprès des labels, qui vantent ses qualités d'attachée de presse, que des journalistes, séduits par son professionnalisme multifacettes.

LA MUSIQUE DANS LA PEAU

Après une enfance et une jeunesse passées dans les Yvelines, élevée par une mère au foyer et un père directeur d'une société d'informatique, Melissa Phulpin fait des études de lettres à la Sorbonne avant de réaliser qu'elle préférerait se consacrer à sa passion : la musique. Depuis le lycée, elle achète frénétiquement des disques, passe ses soirées en concerts. Premier stage chez Polydor, premier vrai job chez (feu) V2. Elle y fait ses débuts d'attachée de presse, de 2002 à 2008. Puis elle décide de voler de ses propres ailes en fondant son agence de relation presse. Pour choisir ses projets, elle fonctionne au coup de cœur : « La plupart du temps, je suis sollicitée par les éditeurs, les managers, les labels ou les artistes eux-mêmes, qui m'envoient des liens. Il y a aussi ceux que je découvre sur scène, souvent en tremplin : aux Chantiers des Francofolies, aux Inouïs du Printemps de Bourges, aux soirées In-rocks Lab... Leur programmation vaut le détour. Sur l'ensemble des artistes que je représente, on peut compter 80% de développement et 20% de pointures. Et il y a ceux que j'ai vus grandir et qui ont explosé, comme Brigitte, Feu! Chatterton ou Radio Elvis. » Est-elle un tremplin à elle toute seule ? Sans aucun doute. « J'aime poser la première



© MARC CHESNEAU



© CLAUDE GASSIAN

brique sur laquelle les artistes peuvent construire leur carrière, résume-t-elle joliment. Cela commence par la visibilité dans les médias. Vu qu'il y a moins d'argent à mettre dans le marketing, la promo est indispensable. Un passage en radio ou une apparition en télé peuvent faire passer un cap.»

DE LA PROMOTION À L'ÉDITION

Au fil des années, elle s'investit de plus en plus dans le parcours de « ses » artistes. Aujourd'hui, on y compte surtout des Français : « Quand on est spécialisée dans le développement, on est très sollicitée par des artistes nationaux. Et c'est plus facile car ils sont sur place, contrairement à ceux qui vivent à l'étranger : on travaille d'une autre manière, moins en direct avec le musicien, on passe par des labels ». Ces derniers ont fait la connaissance de Melissa grâce aux festivals qu'elle a défendus, comme le Midi Festival et le Pitchfork. Ce qui lui a permis de porter des projets issus de la scène indie anglo-saxonne.

En bonne attachée de presse, elle réussit aussi à motiver ses troupes, triées sur le volet. Et le dynamisme doit être réciproque : « Un artiste ne peut plus se contenter de faire que de la musique. Il doit être investi à tous les niveaux. Il faut trouver des idées pour que le projet soit le plus visible possible. On échange, et c'est passionnant. Par exemple, Cléa Vincent s'active énormément : elle écrit, joue, chante, produit, participe beaucoup à la réalisation de ses clips, réfléchit à des idées événementielles... »

À la vue du potentiel de Melissa, Laurent Manganas, directeur d'Un Plan Simple, filiale de Sony, lui propose à l'été 2014 de lancer son

Ci-dessus : Melissa Phulpin.
Ci-contre : Feu! Chatterton.



« Un artiste ne peut plus se contenter de faire que de la musique. Il doit être investi à tous les niveaux. Il faut trouver des idées pour que le projet soit le plus visible possible. »

propre label de découverte de jeunes artistes, Tomboy Lab. Le but : cultiver un « activisme sonore » qui se charge des tout débuts de musiciens inconnus au bataillon, de l'enregistrement en studio à l'identité visuelle de leur premier disque. « Cela ne convenait pas forcément à ce que je cherchais, explique Melissa. Mon but n'est pas de signer de nouveaux artistes, de courir dans tous les sens pour tenter de décrocher une signature avant une autre maison de disques. Nous avons arrêté l'exclusivité avec Un Plan Simple en septembre 2016. Tomboy Lab est devenue une société d'édition, qui a accompagné les artistes au cas par cas selon leurs besoins. Cette structure d'accompagnement est corrélée à mon activité de promo. Quand je suis éditrice pour un artiste, les relations presse sont incluses. Je mets à disposition tout ce que je peux lui apporter... »



© FANNY LATOUR-LAMBERT

L'HUMAIN AVANT TOUT

Quand on demande à Melissa Phulpin ses critères de sélection, elle n'hésite pas une seconde : « Je suis très sensible aux voix, surtout féminines, et aux mélodies, qui doivent vraiment m'emporter dans un autre univers ». Elle qui a fait son éducation musicale avec le rock de Nirvana, Hole ou PJ Harvey, s'est ouverte depuis quelques années à d'autres genres : la chanson mais aussi le hip-hop. Cependant, il n'y a pas que l'identité musicale, qui incite Melissa à choisir un projet plutôt qu'un autre. « Au début, la musique me suffisait, je passais outre mes affinités... mais avec le temps, l'humain est très important, confesse-t-elle. Cela permet de porter davantage les projets. Ça donne envie de soulever des montagnes. » Parmi les artistes qu'elle chouchoute actuellement, et dont elle souligne « la solidarité féminine », Fishbach, Juliette Armanet ou encore Blondino. Celle-ci ne tarit pas d'éloges à propos de son attachée de presse : « Melissa est une passionnée d'art en recherche d'émotions puissantes, de bouleversement des sens. Sa grande force est d'être dans un rapport humain sincère, profond. Malgré les contraintes de son métier, elle reste optimiste et joyeuse, ce qui est réconfortant. Tout cela fait d'elle quelqu'un de rare. » •