

Une excursion dans l'histoire du clip vidéo

et son utilisation comme archive aujourd'hui

▣ ***Mercredi 15 janvier 2014 au Comptoir général (Paris 10e)***

Sommaire :

[La préhistoire du clip](#)

[Les années 80 : témoignages sur la grande époque du clip ; la question des droits](#)

[Le clip aujourd'hui : Joseph Cahill, Franck Bailleul & John Gitlis](#)

Modérateur▣ :

Jean-Yves de Lépinay, président de PIAF

Intervenants▣ :

Chloé Ballanger, étudiante en cinéma

Philippe Truffault, réalisateur et chroniqueur

Christian Labrande, programmateur à l'auditorium du Louvre

Philippe Gautier, réalisateur

Fabien Caux la Halle, producteur

Représentante de la SCPP

Yann Grasland, documentaliste-rechercheur

Joseph Cahill, réalisateur et producteur indépendant

Franck Bailleul et John Gitlis, producteurs de clips, société HK Corp

Soirée organisée par Nicole Medjeveski, Anne Simon et Lucile Utgé-Royo

Compte rendu de Nathalie Fisbach

Pour lancer le nouveau programme de ses soirées thématiques et mensuelles, PIAF a choisi de parler du clip vidéo, un thème récurrent pour l'association, précise Jean-Yves de Lépinay, dans la mesure où de nombreux documentalistes sont confrontés à la complexité de son traitement, notamment en termes de droits et de conservation même du matériel. Au-delà de l'exposé juridique, cette soirée vivante ponctuée de projections constitue aussi une façon de revenir sur l'histoire de cet « objet vidéo ».

Avant de commencer, Jean-Yves de Lépinay convie Chloé Ballanger, étudiante en cinéma spécialisée dans les archives, à venir présenter, et éventuellement discuter hors soirée, son travail de recherche dont le sujet, *L'Image manquante dans les documentaires historiques*, s'inscrit au cœur même de la problématique de certains documentalistes.

La préhistoire du clip

Avec :

Philippe Truffaut, réalisateur, monteur. Outre le premier habillage de *La Sept*, il a réalisé *Clip osaurus Rex*, un film consacré à la préhistoire de la vidéo musicale. Aujourd'hui il réalise *Philosophie* sur Arte et est chroniqueur au magazine en ligne *Blow up*.

Christian Labrande, programmateur à l'auditorium du Louvre (une programmation reprise,

entre autres, au Lincoln Center).

> Le lien peinture et musique

La soirée commence avec la projection du matériel apporté par Christian Labrande. Pour parler de l'origine du clip, Christian Labrande présente un film qui constitue une réflexion sur le désir réciproque de collaboration entre gens d'image et gens de musique. En remontant un peu dans le temps, la rencontre entre un musicien et un peintre semble significative et riche quant à la recherche d'une fusion entre musique et image : en 1868 Moussorgski, frappé par les tableaux de son ami peintre Hartmann, écrit une suite pour piano, «*Tableaux d'une exposition* ». Cinquante ans plus tard Kandinsky, en découvrant la partition de Moussorgski orchestrée par Maurice Ravel, a envie, sans pourtant connaître les tableaux d'Hartmann, d'illustrer cette musique. Au delà des tableaux qu'il peint, il crée ainsi une animation qui est présentée en 1928 au Bauhaus de Stuttgart. Cette animation a été recréée l'année dernière, et présentée à la Cité de la musique. Cet aller et retour entre musicien et peintre est peut-être à l'origine du clip.

Un bref extrait de ce film d'animation est projeté.

/ Extrait Kandinsky-Moussorgski /

Le film de Kandinsky durait au total une demi-heure mais comme rien n'a été conservé on a dû le reconstituer. Celui qui pilote cette animation assez rudimentaire est le fils de Paul Klee, ajoute Christian Labrande, avec l'idée d'une œuvre d'art totale mélangeant musique et peinture. Jean-Yves de Lépinay précise que ce n'est pas un cas isolé car d'autres artistes, à la même époque, réfléchissent aussi au lien entre musique et image, y compris les images abstraites ; des artistes comme Scriabine qui rêve de réaliser une musique des couleurs. Tout ce courant syncrétique traverse en effet cette époque, renchérit Christian Labrande.

> Le Clip avant le clip

Les soundslides

En 1891-92, le clip existe déjà avec les soundslides. Ce sont des plaques de verre projetées dans les cafés ou autres cabarets accompagnées d'un chanteur, le but étant pour lui de vendre sa partition, même usage que le clip cent ans après.

/ **Extrait du film Cliposaurus Rex/**

Les Scopitones

À la fin des années 70, il y a les scopitones, un jukebox associant l'image au son. C'est aussi comme cela qu'on appelle le produit en lui-même. Il constitue souvent la seule façon de voir les artistes à l'époque.

/ **Extrait Scopitone Sheila / Ne raccroche pas**

Les scopitones durent jusqu'aux années 70, voire début 80. Pour exemple, le premier du groupe *Téléphone* : c'est leur première apparition alors même qu'à l'époque ils n'ont pas de maison de disque. Jusqu'aux années 80 il y a les cinematics, là il ne s'agit plus de films en 16mm mais en super 8 - avec en particulier tous les artistes arabes comme Farid El Atrache.

/ **Extrait Téléphone / Métro c'est Trop**

Les Phonoscènes

Si on remonte encore dans le temps, l'on trouve dès 1906 l'équivalent du clip avec les phonoscènes.

C'est un phénomène assez paradoxal de voir à quel point le cinéma des débuts qui est muet ou parfois sonore, bien que de façon très rudimentaire, se passionne pour la musique, constate Christian Labrande, et surtout pour les chanteurs et les instrumentistes. C'est sans doute une question de légitimité car le cinéma, qui est un art de foire, va chercher son assise culturelle dans les arts florissants et installés : la musique, l'opéra ou le théâtre.

Cela donne lieu à une production internationale de films tournés sur des chanteurs en Allemagne, les inventeurs du cinéma sonore, aux États-Unis ou en Italie. La firme Gaumont qui produit les phonoscènes est à la pointe puisqu'elle fabrique à partir de 1904 plus de 500 de ces phonoscènes de chanteurs d'opéra, opérette, music-hall et cirque. Un phonoscène dure quelques minutes, constitué souvent d'un plan fixe même si parfois il peut comporter plusieurs scènes et être succinctement monté, précisent Philippe Truffault et Jean-Yves de Lépinay. C'est Alice Guy, une femme cinéaste, qui réalise une grande quantité de ces phonoscènes. On peut d'ailleurs voir un making-of de ses réalisations sur Youtube. Le son et l'image sont réalisés simultanément mais pas synchronisés : on lance la caméra et le son est gravé à côté, dans un premier temps sur rouleau, puis plus tard sur disque. Ces documents sont imparfaits mais précieux car on peut y voir les grandes vedettes de l'époque.

/ **Extrait phonoscène** /

Le système Vitaphone

On va voir maintenant un making-of du procédé Vitaphone, un procédé Warner de 1926 qui permet l'enregistrement de grandes vedettes de l'opéra, du jazz et de la variété. Ici l'image est dissociée du son, elle est synchronisée à un disque qui est plus ou moins bien conservé, souligne Philippe Truffault. En effet, le conservateur de la Library of Congress raconte à ce propos qu'un jour, un groupe de hard rock a pris malencontreusement un stock de disques Vitaphone pour un jeu de frisbee ; résultat, beaucoup de Vitaphones se retrouvent avec l'image mais sans le son. De nombreux films restent donc muets parce que la bande son est dissociée et que les disques ont disparu.

/ Extrait d'un enregistrement Vitaphone en direct en 1926 /

Christian Labrande revient sur le phonoscène précédent et sur le Vitaphone et affirme qu'il s'agit bien là de cinéma même si l'on a une impression de live parce que l'on filme dans la continuité malgré un petit point de montage au milieu. On est loin cependant de quelque chose de très élaboré.

Cinéphonie

/ Extrait d'une cinéphonie d'Émile Vuillermoz *La Fontaine d'Aréthuse* /

Cette cinéphonie est diffusée en première partie de séance, après les actualités, précise Christian Labrande. Les cinéphonies sont de petits documentaires musicaux. Jean Mitry fait plus tard *Pacific 231* qui dans le domaine du film expérimental reste une œuvre majeure. Dans les cinéphonies on trouve aussi des cinéastes majeurs comme Max Ophüls ou Marcel l'Herbier qui filment des artistes de premier plan de l'époque comme Alfred Cortot ou Debussy. Quand le cinéma devient parlant dans les années 30, beaucoup le déplore car il tombe dans un réalisme proche du théâtre filmé avec un net manque de recherche visuelle. Cependant, les cinéastes manifestent un intérêt à filmer la musique pour justement se départir de ce réalisme-là et laisser la porte ouverte à l'imaginaire car, en effet, ajoute Philippe Truffaut, le son direct re-fige l'image. Au delà des tentatives autour de la musique classique destinées à installer le cinéma dans une légitimité artistique, dit Jean-Yves de Lépinay, il y a la java de Jean Dréville, *À la Varenne*, qui témoigne d'une volonté de faire un cinéma sonore qui reste dans le prolongement d'une recherche plastique. Germaine Dulac filme également des chansons de Fréhel très dramatiquement, renchérit Philippe Truffaut.

Les soundies

Ce sont comme des scopitones mais en 1940. Ce sont de petites machines dans lesquelles on insère une pièce de monnaie pour y voir les vedettes de jazz. Il y en a environ 1500 tournées qui sont maintenant les seuls témoignages de l'époque de chanteurs comme Nat King Cole,

Les Andrews Sisters, Count Basie, Duke Ellington...

/ Extrait Soundies *Spike Jones* type karaoké/

Les soundies apparaissent dans les années de guerre vers 1940 avec aussi un caractère idéologique marqué, même si produits par une société privée, souligne Christian Labrande. Ceux-ci reprennent le mot d'ordre d'optimisme de ces années difficiles et c'est pourquoi on trouve de nombreux soundies montrés aux militaires sur le front qui mettent en scène des soldats ou des marins en permission.

Jean-Yves de Lépinay évoque George Pal avec Philippe Truffaut. C'est un cinéaste resté célèbre pour ses nombreux films à effets spéciaux comme *Le voyageur dans le temps* ou *La Guerre des mondes* ; il est aussi un animateur hors-pair et réalise une publicité Philips orchestrée par Bert Ambrose (grand orchestre de swing des années trente de la BBC avec de grandes vedettes de l'époque).

/ Extrait de la pub pour Philips – *George Pal* /

On visionne un extrait qui fait en quelque sorte le lien avec le clip qui explose à la fin des années 70 et 80. Ainsi, vers la fin des années 70 le Groupe Space fondé par Didier Marouani, très en vogue, préfigure déjà le clip.

/ Extrait de *Magic Fly* – *Groupe Space* /

Jean-Yves de Lépinay explique que vers fin 82, alors qu'il était au service audiovisuel du ministère des relations extérieures, un homme tout récemment rentré des États-Unis l'incite à produire des vidéos musicales pour faire connaître la musique française à l'étranger, il s'agit de Philippe Truffaut. Le ministère produit ainsi en 1982 l'un des tout premiers clips français réalisé

Écrit par Administrator
Jeudi, 27 Février 2014 11:44

par Philippe Truffault pour un groupe français nommé *Sax Pustuls*.

/ **Extrait de Sax Pustuls réalisé par Philippe Truffault** /

Jean-Yves de Lépinay remercie les intervenants.

[Retour sommaire](#)

Les années 80 : la grande époque du clip

Précédé d'un Blind test

Avec :

Philippe Gautier, réalisateur

Fabien Caux la Halle, producteur

Une représentante de la SCPP

Dominique Le Guern, directrice de Virgin puis du Midem

> Produire un clip

Quand les clips arrivent dans les années 80, ils ne sont pas un produit en soi mais servent à promotionner les artistes et pallier ainsi leur absence ; il est plus simple d'avoir les Rolling Stones sur bande magnétique plutôt que sur le plateau, ironise Philippe Truffaut.

Fabien Caux la Halle est le producteur de *Marcia Baila* (Les Rita Mitsouko) précise Philippe Gautier le réalisateur, c'est un budget qu'il a vraiment monté et pour lequel il a fait un travail incroyable.

Qui est à l'origine et comment se monte un projet de ce type ? demande Jean-Yves de Lépinay . À l'origine ce sont les maisons de disques, répond Fabien Caux la Halle, ce n'est pas vraiment de la publicité mais un outil de promotion sur une œuvre préexistante. Ici c'est un vidéogramme dont on fait les images sur un phonogramme. Les maisons de disques ont donc les moyens et demandent éventuellement des financements complémentaires. La législation est balbutiante à l'époque. On peut faire appel à des sponsors, des annonceurs. Pour *Marcia Baila*, on se débrouille pour faire de l'apparition de produit assez subtile : ici avec la RATP et une affiche de *Futura 2000*

(un graffeur américain) complètement intégrée à l'histoire. En outre, on travaille avec des peintres et ce n'est pas « vampirisant » pour le sujet, ajoute Philippe Gautier.

Vient ensuite *C'est la ouate* : il manque un peu d'argent, Caroline Loeb est une jeune artiste pas connue. Ici le produit est une marque de coton que personne ne connaît - parce que Philippe a besoin de beaucoup de coton. Dans ce cas, c'est le contraire : on voit le produit, même trop, précise Philippe Gautier, puisqu'on doit faire un coton-tige qui mesure deux mètres de long ; là se joue la satire de l'intégration du produit. « Je n'ai qu'un seul mauvais souvenir de placement de produit, complète Fabien Caux la Halle, c'est sur l'Aziza de

Daniel Balavoine, le dernier clip produit, où là le placement de produit est assez polluant ».

Pour résumer, au départ il y a la maison de disques qui amène l'artiste qu'elle veut promouvoir, on trouve des annonceurs et petit à petit cela s'organise avec notamment l'intervention du CNC et d'un des premiers organismes d'attribution de financements sur les nouvelles technologies. Pour *Marcia Baila* c'est un véritable hold-up au Ministère de la culture avec la participation du Centre de la danse pour les danseurs et le Centre des arts plastiques pour les peintres de la figuration libre. Sur *Marcia Baila* il y a aussi cette chanson incroyable à l'origine, immédiatement reconnue et qui rassemble tous ces talents, renchérit Philippe Gautier. Outre Jean-Paul Gaultier et Thierry Mugler qui réalisent les costumes, il y a aussi beaucoup de récup, avec un décor fait de bric et de broc très artisanal. Il y a une émulation que Philippe Gautier regrette ne pas avoir retrouvée plus tard.

> La question des droits

En s'appuyant sur l'exemple de *Marcia Baila*, quand un producteur réussit à finaliser un montage financier il a des parts de coproduction. Comme il s'agit d'une œuvre préexistante, les maisons de disques considèrent que l'objet clip a une part image et une part son. Les parts de coproduction du producteur image ne sont calculées que sur la part image qui dans les années 80 est estimée à 50% part image, 50% part son, ce qui est relativement logique, mais petit à petit cela évolue, les maisons de disques essaient de faire en sorte que la part son soit plus importante. Il peut arriver que la part son soit estimée à 70%.

Pour les réalisateurs, en ce qui concerne les droits de diffusion, ajoute Philippe Gautier, c'est à la SACEM que l'on dépose les clips mais on ne peut déposer les scénarios nulle part, il n'existe aucune protection, au final le scénario n'existe pas et l'auteur-compositeur ainsi que l'éditeur de la chanson gagnent 11 fois plus que le réalisateur du clip. Ce qui paraît absolument incroyable !

Fabien Caux la Halle CLH produit des clips pendant 20 ans jusqu'en 2002. La première année est très créative, on se cherche, le CNC essaye de mettre au point des systèmes de financement, le producteur audiovisuel reçoit ou non une prime à la qualité de 50 à 100 000

Écrit par Administrator
Jeudi, 27 Février 2014 11:44

francs. Aujourd'hui c'est 12 000€ précise Philippe Gautier, mais c'est de l'argent qui doit être réinvesti sur un prochain clip. On remarque que là encore le réalisateur n'a rien, un producteur de clip peut devenir coproducteur, les réalisateurs auteurs de clip ne touchent rien.

Dans ces années 80, tous se cherchent : les sponsors cherchent des supports, les producteurs des financiers, le CNC se met doucement en place et les chaînes de télé diffusent les clips. Tout fonctionne assez bien et le clip est un outil d'expérimentation pour beaucoup de réalisateurs, certains jouent beaucoup la fantaisie comme Laurent Boutonnat.

Fin des années 90 : c'est le tournant marketing, le contrôle absolu, des quantités d'intervenants qui veulent modifier le scénario ou le tournage et les chanteurs deviennent des « produits ». Les directeurs marketing deviennent incontournables dans les maisons de disques et en dessous, il y a les chefs de produit, qui sortent des écoles de commerce et ce sont eux qui s'occupent des artistes, de la pochette disque, du clip, des séances photos. À partir de ce moment-là, tout commence à se formater beaucoup plus, les chefs de produits (6 ou 7 par label) se copient les uns les autres et c'est également à cette époque que débute la mise en compétition des producteurs, concluent Fabien Caux la Halle et Philippe Gauthier.

> Le clip comme archive

La SCPP ou société civile des producteurs phonographiques

Elle gère les droits des producteurs pour la diffusion de phonogrammes et de vidéomusiques. Une autre société gère aussi ces droits, elle s'appelle la SPPF : c'est un peu comme s'il y avait deux SACEM.

Elle est créée en 1985, c'est une petite révolution puisqu'on décide que les producteurs ont des droits alors que jusque-là il n'y a que les droits d'auteurs.

Écrit par Administrator
Jeudi, 27 Février 2014 11:44

La SCPP est souvent perçue comme la société des majors qui compte 1900 membres parmi lesquels les 3 majors. On oppose souvent la SCPP qui ne s'occuperait que des majors, à la SPPF qui ne s'occuperait que des indépendants. Ce sont des droits voisins du droit d'auteur qui sont créés en 1985 avec une loi Lang, explique Jean-Yves de Lépinay, qui impliquent les producteurs de phonogrammes, de vidéogrammes et les artistes-interprètes, qui ont maintenant des droits « voisins du droit d'auteur ». La SCPP fait le même travail que la SACEM mais ne s'adresse pas aux mêmes ayants-droits.

Les droits

Quand un membre producteur de musique s'inscrit à la SCPP, il a le droit de percevoir des droits sur toutes les diffusions de ses phonogrammes ou vidéo-musiques et signe un mandat stipulant que la SCPP gère ou pas certains droits. Le champ du mandat est très large : la SCPP perçoit les droits pour les membres producteurs de la quasi totalité des diffusions de tout ce qui est non interactif (diffusions sur internet, le producteur gère individuellement).

Les aides

Pour percevoir les aides de la SCPP il faut être membre. Chaque année 10 millions d'aides sont distribuées. 80% des dossiers traités reçoivent une réponse positive. C'est la cohérence du dossier qui est déterminante et non pas les critères artistiques. Les aides sont attribuées par commission de 9 personnes élues chaque année.

Il s'agit de producteurs phonographiques et pas de producteurs audiovisuels, précise Fabien Caux la Halle .

Un documentaliste peut-il s'adresser à la SCPP lorsqu'il est à la recherche d'un clip ? demande Jean-Yves de Lépinay. Réponse : le service juridique est sur-sollicité, mais les demandes individuelles peuvent être examinées au cas par cas.

Pour *Marcia Baila* Philippe Gautier raconte que les Rita Mitsouko, qui voulaient sortir une compilation des clips, n'ont jamais pu remettre la main sur le master qui avait été perdu par la maison de disque. Il y a une grande partie de déperdition des clips. C'est la chasse aux trésors pour retrouver le document, complète Fabien Caux la Halle, il faut s'adresser aux labels (ce sont eux qui possèdent en général le matériel) ou aux chaînes de télévision. Il y a deux problèmes au fond : trouver le matériel et s'acquitter des droits ce qui est très complexe parce que ce n'est pas le même système que, par exemple, pour les documents de l'INA.

> Valorisation du clip par les chaînes

Pour *Marcia Baila* en 1984 se pose le problème de définition du clip considéré par les chaînes de télévision comme un outil de promotion d'une part, et au contraire, comme un élément de programme par les labels et maisons de disque d'autre part. Ni les uns ni les autres n'ont tort puisque, à l'époque, l'acquisition du clip est gratuite. Les négociations entre chaînes de télévision et labels se poursuivent jusqu'à ce que le clip devienne finalement payant. Toutefois, le clip a un statut à part. On n'achète pas les droits du clip pour une durée et un montant déterminés comme à l'INA, chez Gaumont, une photothèque ou vidéothèque. Chaque passage de clip est payant par la chaîne, cela fonctionne un peu comme à la SACEM. Cette économie particulière peut de ce fait dissuader le diffuseur d'une rediffusion trop onéreuse.

Dominique Leguern ajoute qu'à l'époque les maisons de disques ne s'inscrivent pas dans une durée, elles n'ont aucune vision de long terme et aucune notion d'archivage, « *on est dans le speed de la production* »

. Des trésors ont sans doute été perdus à cause de ce manque de vision. D'après elle, les labels ont toujours considéré les clips comme des programmes - et non comme un outil promotionnel -, comme du contenu pour alimenter les chaînes.

Yann Grasland explique, par rapport à l'accès au matériel, que les clips sur Canal + servaient à recalculer les programmes pour respecter les horaires du crypté. Le top 50 est produit par une filiale d'Europe 1. L'accès au matériel dépend des maisons de disque qui perdent beaucoup de « mémoire historique de la structure » avec les départs successifs des employés : « *En tant que réalisateur, lorsqu'on a besoin d'un clip on s'adresse au service promotion* » : *le clip du moment*

Écrit par Administrator
Jeudi, 27 Février 2014 11:44

ce n'est pas un problème mais le clip d'il y a vingt ans c'est plus difficile. Canal + facture 160 euros l'accès au clip (le support, pas les droits) ».

Il y a utilisation du clip pour les émissions de flux, où c'est la chaîne qui paie et peut refacturer au producteur selon le contrat.

Madeline Olive, dans l'assemblée, précise qu'il y a de nouveaux accords en 2009 qui distinguent trois catégories : le magazine, le documentaire dit de création et le cinéma. Les demandes d'autorisation pour l'utilisation de ce matériel dépendent de ces trois catégories.

Avant la SPPF, qui reverse les droits de production ? Une réalisatrice donne son témoignage : *« comme en musique, il y a l'éditeur et un artiste qui fait une musique. Si moi je veux acheter l'extrait d'un clip, je vais contacter l'artiste à travers son représentant éditorial et le producteur du vidéogramme. J'ai besoin des deux droits. ».*

Témoignage de Eric Gleizer créateur de Gorgone Productions

« J'ai créé un label en 1989, on a produit une demi-douzaine de clips, Philippe Léotard, Sapho... On est membre de la SPPF qui est l'autre société civile, c'est la loi de 1985 qui a institué les droits de producteur phonographique et vidéographique. Aujourd'hui même si le master est difficile à trouver, il est identifié juridiquement avec ses ayants-droits. Les deux sociétés se sont alignées dans leurs usages de représentation. Moi, je suis ravi que l'on puisse utiliser nos masters vidéographiques pour tout type d'émissions ! En ce qui concerne les droits de synchro, l'usage dans la profession est de considérer que le droit publishing est équivalent au droit master. ».

Pour clore cette séquence Jean-Yves de Lépinay confirme que la méthode pour rechercher un clip est compliquée et se fait au cas par cas.

[Retour sommaire](#)

Deux réalisateurs de clips d'aujourd'hui

> Joseph Cahill

Réalisateur new-yorkais auteur de six clips

/ Extraits de ses six clips /

Dancing with Madonna de Arthur H est le premier clip réalisé par Joseph Cahill, en 2007/2008. Le réalisateur vient du milieu de l'animation après avoir travaillé pendant 9 ans à Prague dont deux ans auprès du pionnier Jan Svankmajer. Le projet avec Arthur H est né du hasard de la rencontre avec le chanteur pour qui il devait, au départ, faire des captations. Une personne de chez Polydor présente ce jour-là dans le studio suggère qu'il fasse le clip ; on lui accorde un budget de 60 000 euros - alors que le dernier clip pour Arthur H sera budgété à 2000 euros. Le dernier clip de la chanteuse américaine Fiona Apple donne à réfléchir sur la différence des deux systèmes français et américain : le contrat français (assez volumineux et conséquent) avec tous les droits de réalisateur et producteur qui reverse les droits à Polydor et le contrat américain passé avec Sony music (composé d'une simple page), sans mention de droit moral ni d'auteur et sans droit de négociation. En France, la possibilité de négocier existe mais il y a aussi une vraie tendance de la part des maisons de disques à prendre tous les droits, comme le droit de remake par exemple. L'originalité des clips de Joseph Cahill repose sur l'utilisation à la fois des technologies numériques et de la « bidouille », remarque Jean-Yves de Lépinay. Joseph Cahill ajoute que c'est aussi une question de budget, plutôt à la baisse, et précise que la chanson reste la vedette du clip. L'économie du clip reste précaire et éphémère, ce n'est pas vraiment un objet reconnu commercialement.

> Franck Bailleul et John Gitlis

Producteurs de clips société HK Corp

Depuis cinq ans, après avoir été musiciens, Franck Bailleul et John Gitlis fondent la société HK Corp, commencent à réaliser leurs propres clips, ceux des copains, et finissent par faire les choses plus sérieusement. Des années plus tard, ils ouvrent une succursale à Los Angeles qui leur offre de nouvelles opportunités. Les moyens sont à la baisse avec des budgets qui tournent autour de 20 à 30 000 euros selon l'importance du label. Mais au-delà des restrictions budgétaires, le paysage artistique a changé dans le secteur de l'image avec des moyens techniques devenus plus abordables qui rendent le métier plus accessible. Il y a une scène musicale internationale très vivante qui facilite les échanges entre artistes. En tant que producteurs français, la société de Franck Bailleul et John Gitlis est assujettie aux lois françaises : travaillant avec des labels français, la société valide des contrats-réalisateur avec le label. En tant que société de production, elle exécute au titre du label qui lui, reste producteur financier et donc propriétaire des bandes (sauf dans le cas de coproduction avec une répartition des droits et conservation des bandes).

Remerciements

Conclusion avec une boucle de clips « coup de cœur » des organisatrice

[Retour sommaire](#)