

marketing musical

Cathy Guetta capitalise sur la marque familiale

La célèbre organisatrice de soirées « dance », épouse du DJ David Guetta, s'associe à Raphael Aflalo, directeur général d'OMG Digital, pour créer l'agence Be My Guest.

Décidément, la musique est un territoire en pleine évolution. À l'instar du marketing sportif, ce champ culturel joue de plus en plus au collé-serré avec le monde des marques. Ainsi, des artistes-phénomènes comme le DJ et producteur français David Guetta admettent peu à peu qu'ils sont, eux aussi, devenus des marques (18 millions de fans sur Facebook).

« Mais cette notoriété s'est construite grâce au talent artistique de David », précise d'emblée Cathy Guetta, épouse du célèbre DJ et coorganisatrice des soirées F*** me I'm Famous.

À l'été 2010, en Corse, une rencontre improvisée avec Raphael Aflalo, directeur général d'OMG Digital (Omnicom Media Group), va faire entrer le célèbre couple dans une autre dimension. « Je n'arrivais pas à comprendre pourquoi les Guetta ne travaillaient pas davantage avec des marques au regard de leur notoriété », se souvient Raphael Aflalo. Ce dernier va rapidement faire prendre conscience à la femme d'affaires de l'audience de la marque Guetta : « Le trio formé par David, Cathy et leurs soirées représente un média très puissant », souligne le nouvel associé.

Premier projet de cette nouvelle équipe réunie au sein de Be My Guest, une agence créée pour l'occa-



La reine des nuits parisiennes et d'Ibiza et son nouvel associé Raphael Aflalo veulent faire fructifier la marque Guetta, mais aussi lancer de nombreux autres artistes sur la scène marketing.

sion : faire vivre le label Guetta. Ainsi, le prochain contrat publicitaire signé par Cathy Guetta va la lier à la compagnie aérienne Vueling. À partir du 26 mai, date d'ouverture de la saison festive sur l'île d'Ibiza (lieu de prédilection des soirées Guetta), l'Airbus A320 de Vueling sera relooké aux couleurs des époux.

Législation oblige, la phrase « F*** me I'm Famous » deviendra « Fly me I'm Famous ». Des échantillons du parfum Play de Givenchy seront distribués aux passagers du vol privé, durant lequel David Guetta officiera aux platines. Par ailleurs, ces soirées s'exportent désormais d'Ibiza à Las Vegas à la demande du groupe hôtelier américain MGM.

S'appuyant sur le savoir-faire des Guetta, Be My Guest souhaite ouvrir le jeu du marketing à d'autres artistes. « En effet, notre point de départ, ce ne sont pas les marques mais les artistes »,

précisent de concert Raphael Aflalo et Cathy Guetta. Un angle d'attaque qui les différencie des agences comme BETC Music ou The Hours, qui travaillent en priorité pour les marques.

Un carnet d'adresses qui vaut de l'or

Leur activité se rapproche davantage des cellules marketing de majors comme UThink (Universal Music) ou Warner 360 (Warner Music). « Nous allons proposer aux artistes une gestion de leur image dans la durée. Les maisons de disques ne peuvent plus le faire par manque de temps et de moyens », estime Raphael Aflalo. À terme, Be My Guest espère ainsi séduire un pool d'artistes. Nul doute que le carnet d'adresses fourni de Cathy Guetta devrait y contribuer.

Les artistes pourront bénéficier des différentes propositions de l'agence, déjà scindée en cinq activités : Be

With Me, pour les relations artiste-marque, Be With My Music, pour les contenus musicaux exclusifs et les synchronisations publicitaires, Be With My Content, pour les clips vidéo et les placements de produit liés, Be With My Friends, pour la présence sur les réseaux sociaux et les applications et enfin Be With My Event pour l'événementiel.

Derrière la nouvelle structure, on trouve, en outre, de grands noms de l'Internet français et étranger. Vis-à-vis de son agence OMG Digital, Raphael Aflalo tient à préciser qu'il « garde toute son indépendance même s'il y aura inévitablement, à terme, certains clients communs ».

Be My Guest compte toutefois acheter quelques-uns des outils du groupe OMG, par exemple pour mesurer l'impact des placements de produit dans les clips, entre autres, de David Guetta.

Anne-Lise Carlo