

Un slameur lyonnais invente un nouveau modèle économique et enchaîne les concerts en pleine crise de la COVID-19

En raison de la crise sanitaire, la filière musicale est au point mort et l'industrie du spectacle semble durablement sinistrée par la crise sanitaire : le secteur annonce déjà des pertes de 4,5 milliards d'euros ([source](#)) et le maintien durable du couvre-feu (au moins jusqu'au 20 janvier prochain) n'arrange pas la situation.

De plus, alors qu'une troisième vague de l'épidémie est attendue ([source](#)), nombre de professionnels s'interrogent sur les mesures à prendre pour traverser au mieux cette période difficile.

C'est dans ce contexte que le slameur lyonnais Eurêka, connu pour ses textes positifs et fédérateurs, a mis au point une solution originale et résiliente qui lui a permis de donner un nombre record de concerts en 2020, tout en faisant travailler les salles et les festivals de France.



La créativité, un puissant moteur pour rebondir malgré les contraintes sanitaires actuelles

Dès le début de l'épidémie, Eurêka a opté pour une formule de concert seul-en-scène. Afin que les spectateurs en prennent tout de même plein les yeux, chaque morceau s'est vu illustré par un dessin animé projeté sur un écran en fond de scène.

Résultat : un coût plateau quasiment nul à l'exception de son propre cachet, ce qui lui a immédiatement permis de casser le prix de ses concerts (jusqu'à 50% moins cher), permettant ainsi aux salles de spectacles, alors contraintes de ne remplir qu'une demi-jauge de spectateurs, de lui acheter son concert et de continuer à faire du chiffre.

« Les responsables de salles et de festivals m'ont expliqué que la plupart des artistes refusaient de baisser leurs tarifs, soit par fierté, soit parce que leur modèle économique ne le leur permettait pas » raconte Eurêka.

Ce qui m'importait était de permettre à ces salles de continuer à travailler, car sans elles demain, je ne pourrais plus exercer mon métier non plus ! Certes, je travaillais deux fois plus pour la même rémunération qu'avant, mais c'était ma manière d'apporter mon soutien aux exploitants de lieux culturels.

Le succès a vite été au rendez-vous : son nombre de dates de concerts a connu une telle augmentation qu'il a permis à son jeune label « J'ai Trouvé Productions » de franchir pour la première fois de son histoire le cap des 100K€ de CA !

En outre, le caractère très léger de cette formule de concert sur le plan matériel (« un micro, deux enceintes, un PC et un écran : tout ça rentre dans ma petite voiture !») lui a aussi permis de vendre d'autres prestations de concert à des particuliers, à l'instar de ces trois couples de mariés contraints de célébrer leur union en petit comité et qui cherchaient une manière porteuse de sens de célébrer leur mariage grâce à des textes intelligents et optimistes.



Aller à la rencontre des ados

Deuxième idée d'Eurêka : proposer aux établissements scolaires de décliner ce concert sous la forme d'une conférence « ludique et pédagogique » à destination des élèves, intitulée « S'écouter, trouver sa voie, vivre ses rêves ».

« *J'ai été journaliste pendant 15 ans jusqu'à une rupture amoureuse qui m'a poussé, du jour au lendemain, à quitter ce métier pour me lancer dans la musique* », explique Eurêka.

Il a donc décidé de transmettre des valeurs positives aux ados :

Cette conférence musicale raconte aux collégiens et aux lycéens l'importance de croire en leur talent et de persévérer quoi qu'il arrive. Je leur raconte mon parcours de vie, que je complète par des extraits de mon concert sur la confiance en soi.

Une conférence musicale déjà plébiscitée par une soixantaine de collèges, de lycées et même d'établissements post-bac partout en France, qui cherchent plus que jamais un moyen de parler d'avenir aux ados, dans un contexte anxigène marqué par le reconfinement et les attentats.

Réveiller la communication des entreprises



Enfin, le slameur Eurêka a décidé de proposer aux entreprises confinées des « slams personnalisés » pour dynamiser leur communication.

Il précise :

« *J'ai ainsi aidé le Diocèse de Lyon à remplir ses caisses en créant un slam sur Saint Irénée, l'évêque historique de la ville ; j'ai aussi permis à un organisme de formation destiné aux esthéticiennes de*

booster ses ventes, qui a ainsi lui-même aidé des salons de beauté à ne pas déposer le bilan ; j'ai récemment créé un slam original pour un cabinet d'experts comptables lyonnais qui a ainsi obtenu une forte visibilité sur les réseaux sociaux en pleine période de crise ».

Sans oublier la CCPA (Communauté de Communes de l'Ain) qui vient elle aussi de lui passer commande d'un slam personnalisé pour imaginer l'après-crise du COVID-19 dans ce territoire rural.

Eurêka, un profil atypique dans l'univers de la musique et du slam



Le slam d'Eurêka se caractérise par un public très large et très familial, loin du public traditionnel du hip-hop : on y trouve des enfants, des mamans, des hommes d'affaires, des amateurs de métal ou d'opéra, et même des grands-parents !

Au-delà de ses textes constructifs et faciles d'accès dès la première écoute, l'univers d'Eurêka se caractérise par un concept ludique : chaque morceau se termine par un « twist » (retournement de situation inattendu) qui vous fait soudain voir l'ensemble du texte d'un nouvel œil ! Un exemple ? Tapez sur Youtube « Le Mystère de la Chambre Rose » et essayez de deviner la chute du clip avant qu'elle n'arrive !

De son vrai nom Olivier Tonnelier, Eurêka se définit comme « 50% artiste, 50% entrepreneur ».

Il confie :

J'aime l'idée qu'entreprendre est une forme d'art, qui nécessite la même dose de folie, d'inspiration, d'audace et de philosophie que la création artistique. Les artistes et les entrepreneurs se regardent parfois avec défiance, alors qu'ils sont selon moi faits du même bois !

En 2015, il se lance dans la musique suite à une rupture amoureuse. Déjà, il choisit à l'époque de considérer que toute épreuve peut se transformer en opportunité s'il le décide.

Alors quand l'annonce du confinement est arrivée, malgré le choc éprouvé suite à l'annulation de ses concerts dans deux grandes salles de France (le Transbordeur à Lyon et le Café de la Danse à Paris), il cherche très vite comment dépasser ce nouvel obstacle : « *Le choc a duré une heure, puis au bout d'une heure et quart, j'étais déjà en train d'imaginer des solutions pour faire de ce confinement une opportunité, pour moi comme pour les professionnels de mon secteur.* »

Et l'avenir, Eurêka le voit comment ? « *Sauf miracle sanitaire, je pense que les gros festivals de France ne rouvriront malheureusement pas à l'été 2021 dans leurs conditions normales, avec une jauge de spectateurs pleine. J'espère donc continuer à les soutenir cet été grâce à ma formule de concert seul-en-scène, conçue pour un public assis (ce qui permet aux organisateurs de se conformer aux règles sanitaires) et que je peux me permettre de vendre à un tarif très doux. Et espérer ainsi contribuer humblement à les aider à se relever !* »

Eurêka en chiffres

- 150 000 vues sur YouTube
- 5000 albums vendus
- 25 000 spectateurs
- 500 concerts en France, Suisse et Belgique

Pour en savoir plus

Dossier de presse : <https://www.relations-publiques.pro/wp-content/uploads/pros/20201127173545-p7-document-kbyf.pdf>

Site web : <https://www.eureka-officiel.com/>

Facebook : <https://www.facebook.com/eurekaofficiel>

Instagram : <https://www.instagram.com/eurekaofficiel/>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/eurekaofficiel/>

Contact presse

Olivier TONNELIER

E-mail : contact@eureka-officiel.com

Tél : 06 72 93 73 05