

# PLUME

DEUX  
FRÈRES

PNL  
&  
LES INFLUENCEURS



HEBDOMADAIRE 19 MAI 2019

# S O M M A I R E

## 1) L'histoire de la musique

Les artistes et leur influence au cours de l'Histoire.....p04

## 2) Dossier

L'héritage du rap et les influences artistiques.....p06  
Will Smith, un génie artistique ?.....p10  
Les réseaux sociaux au coeur de la musique.....p11  
Les différentes cultures musicales dans le monde.....p14  
Une influence oui mais dans quelles mesures ?.....p18  
PNL, deux frères devenus marque de prestige.....p20

## 3) Sociologie

L'impact des influenceurs sur les jeunes.....p23  
L'influence des artistes sur le style vestimentaire.....p24

## 4) Interview

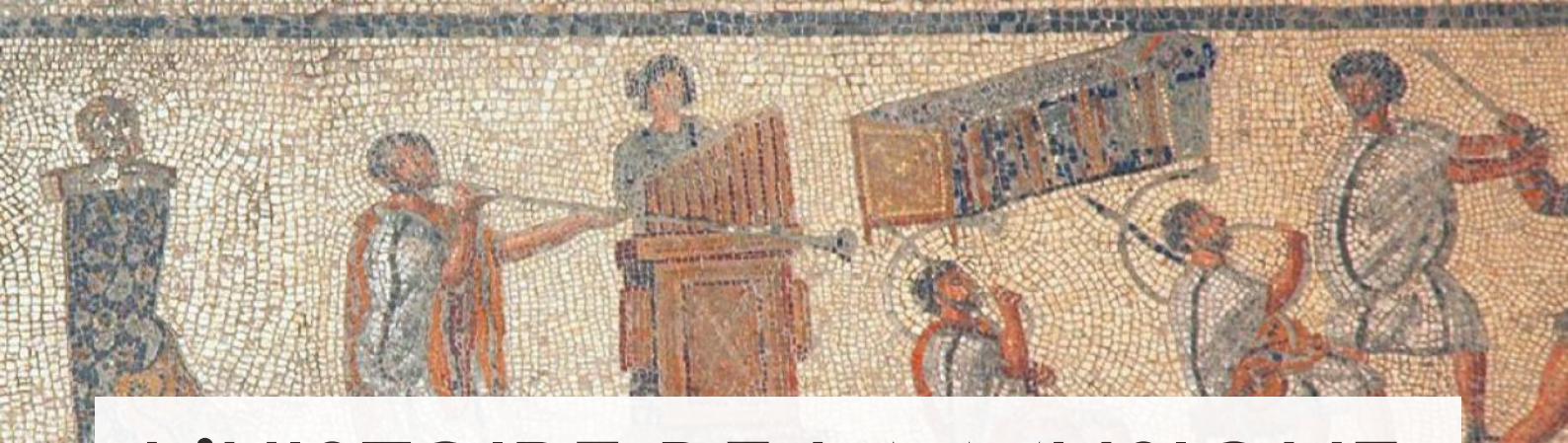
Interview NoDisk.....p26

# ÉDITO

La musique transcende les genres. C'est la raison pour laquelle des millions de personnes écoutent et partagent leur chanson préférée en un clic. Que vous soyez un homme, une femme, adulte ou adolescent, d'une culture ou d'une autre, la musique permet de rassembler toutes ces différences pour les réunir autour d'une même table. Le rap a été un style musical à part entière, il dénonce et célèbre en même temps des événements diverses. Mais au-delà de ce qu'on entend, les sonorités ne restent pas qu'un simple rythme que l'on retient sans réfléchir. Les artistes eux-mêmes peuvent nous influencer dans la vie quotidienne en devenant des influenceurs. Bien évidemment, le terme d'influenceur est à utiliser avec précaution car beaucoup d'éléments y font référence sans trop déterminer ce que c'est réellement.

Le magazine *Plume* vous propose donc de revoir les moments comme à son habitude, historiques de la musique tout en analysant les différentes cultures qui s'y attachent et, bien sûr, d'expliquer en détails ce qui définit un influenceur. Cette semaine, entre autres, PNL et son originalité si inspirante.

Tina El Hawa



# L'HISTOIRE DE LA MUSIQUE



## LES ARTISTES ET LEUR INFLUENCE AU COURS DE L'HISTOIRE

Depuis sa création attribuée à la Préhistoire, la musique et ses artistes n'ont cessé d'influencer les sociétés.

**D**epuis sa création attribuée à la Préhistoire, la musique et ses artistes n'ont cessé d'influencer les sociétés.

Selon les époques, la symbolique et les usages de cet art ont évolués, montrant de ce fait une importance sociale des musiciens, qui se diffèrent du reste de leur société. Dans la Grèce Antique par exemple, la musique était un symbole religieux très fort qui permettait de lier les

Hommes aux dieux de l'Olympe. L'importance de la musique dans la société grecque Antique est symbolisée par Apollon, dieu de la musique, pouvant charmer quiconque entend le son de sa lyre enchantée. La mythologie étant le modèle suprême des citoyens, nous pouvons affirmer que la musique était une forme d'expression très noble. Aujourd'hui encore, les musiques religieuses existent et transmettent les messages des diverses croyances qu'elles représentent. Au Moyen-Âge en Europe, les musiciens chantaient la vie de l'époque et des fictions romantiques et héroïques. Les musiciens, dits « troubadours » ou « ménestrels » étaient appréciés de la population et de la noblesses qui payaient leurs services pour animer leurs demeures, surtout lors d'évènements comme des banquets. Les musiciens influençaient donc modestement les populations, à travers leurs récits et autres chants. Cette influence s'est grandement transformée au fil des époques.



Apollon, [mythologica.fr](http://mythologica.fr)

## Montre-moi ta playlist, je te dirai qui tu es...

Depuis la fin des années 90 et surtout depuis les années 2000, l'accès à la musique a grandement été facilité avec l'apparition des services de streaming. Ceux-ci ont révolutionné l'industrie musicale ainsi que l'approche que nous avons des artistes et de leurs contenu. Après une évolution de supports de stockage, du vinyle jusqu'à la carte SD en passant par la cassette et le CD, la musique s'est finalement dématérialisée pour être consultable en ligne. Ainsi, pour quelques euros par mois, c'est à des millions de titres auxquels nous avons accès. La musique est devenue omniprésente dans notre quotidien : on l'écoute chez nous, dans les transports, au travail, elle nous suit même jusque sous notre douche.

Une multitude d'artistes différents rythme nos journées, et ce d'autant plus qu'aujourd'hui c'est titre par titre que la musique

est consommée, en contraste avec les albums physiques et leur écoute linéaire. Ces artistes véhiculent des messages. Engagés ou non, ils ont pour la plupart une influence sur les consommateurs. Depuis la récente émergence du rap sur la scène musicale internationale, on assiste au développement d'un style : l'ego trip. Cela consiste à se mettre en valeur et souvent au-dessus des autres. On n'écoute plus la musique, on écoute les artistes. L'influence de ces derniers a grandement gagné en importance, d'autant plus que les réseaux sociaux permettent de les connaître de manière plus personnelle. Ces réseaux sociaux font émerger de nouveaux artistes, leur accordant de la visibilité. Ces jeunes graines de stars sont légions et se mêlent à la masse, diffusant ainsi leur influence, bien que moindre. La musique prend donc une place importante dans notre quotidien, et dans nos têtes !

Nicolas Decreton

I can't believe my grand mothers making  
me take Out the garbage I'm rich fuck  
this I'm going home I don't need this  
shit

about 3 hours ago via ÜberTwitter  
Retweeted by 100+ people

Reply Retweet

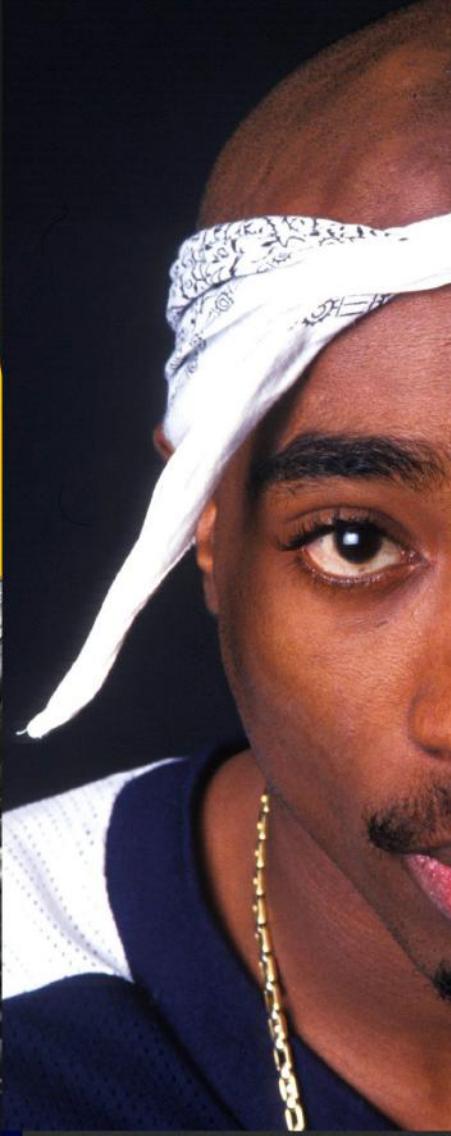
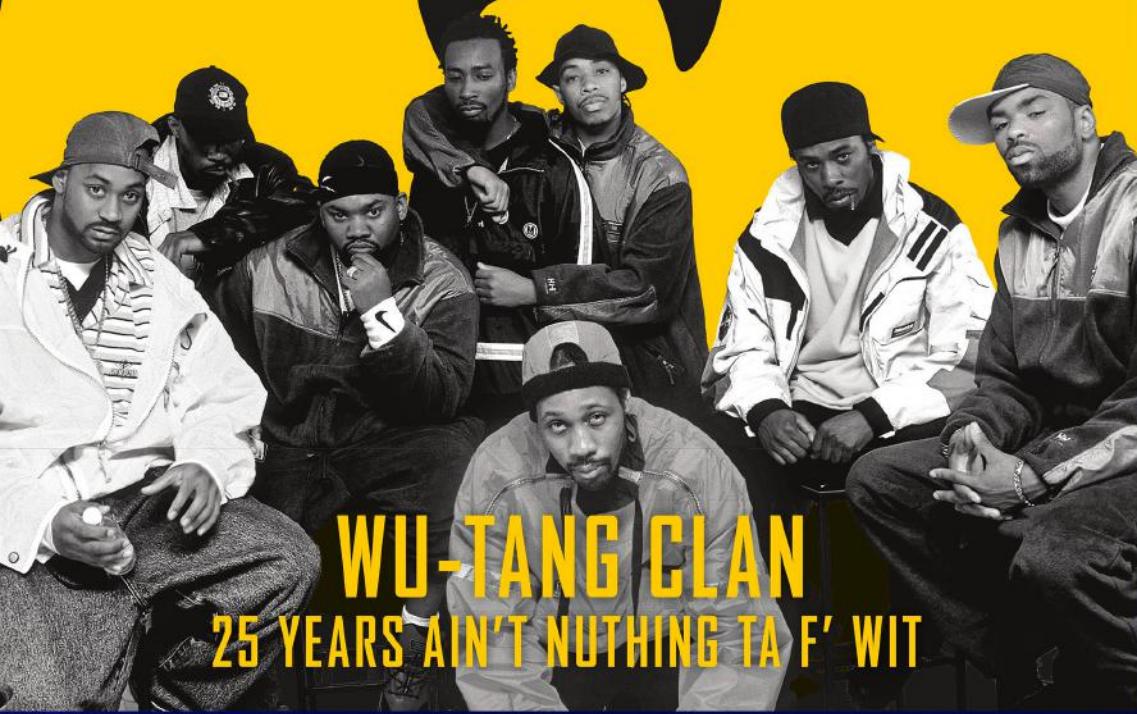


50cent

Le rappeur 50 cent tweetant à propos de sa vie personnelle, genius.com

«Je n'arrive pas à croire que mes grands-mères me demandent de sortir les poubelles je suis riche merde je rentre chez moi je n'ai pas besoin de ça.»

# FLOOD



## DOSSIER

L'héritage du rap et les influences artistiques



# LA VIE À DOUBLE FACE DES ARTISTES



De nombreux artistes ont su montrer leur personnalité grâce à la musique et parfois plus, et ça depuis déjà de nombreuses années. On peut notamment évoquer Tupac qui était un rappeur américain extrêmement connu et qui a influencé le monde du rap mais aussi celui de la musique entière. C'est avec 75 millions d'albums distribués à l'international, qu'il évoquait de multiples sujets comme la misère dans les ghettos américains, dénonçait la violence, le racisme, des problèmes de société et prônait l'égalitarisme raciale. En dehors de sa carrière de rappeur, il était également acteur en faisant quelques apparitions dans des films. Il a ainsi laissé derrière lui un héritage important qui a inspiré bien d'autres artistes dans le monde entier. Il en est de même pour d'autres géants du rap américain comme le groupe Wu-Tang Clan qui a mis en avant des sujets tels que la pauvreté, la drogue et la communauté noire.

Grâce au talent de Kendrick Lamar, la tradition du rap et du hip hop peut se perpétuer. Ce rappeur américain que tout le monde apprécie pour son originalité, évoque également des sujets sensibles sur la violence contre les noirs, l'élection de Trump et le côté sombre du succès. Il associe des styles différents tels que le jazz, soul ou encore le funk, et revisite le rap comme personne ne l'avait fait depuis longtemps.

«Un héritage important qui a inspiré bien d'autres artistes»

C'est pourquoi, il rafle de nombreuses récompenses dont plus d'une douzaine de Grammy Awards, un Generational Icon Award et a reçu le rare prix Pulitzer en 2018, un prix normalement dédié à des artistes de musique classique ou de jazz. Kendrick Lamar a su joindre les difficultés de la vie avec les complexités de la musique pour en faire une poésie rythmée.



Ces grands thèmes du rap américain ont été des éléments essentiels qui ont permis aux artistes de s'exprimer sur des sujets tabous et partager différentes cultures à travers leurs musiques. Ils s'inspirent de leur vie quotidienne, de l'histoire de leur pays et de celle des autres pour créer et composer des chansons. En 2018, on peut évoquer le clip de Childish Gambino qui met en scène une violence extrême avec l'utilisation d'armes à feu pour dénoncer la brutalité dont étaient victime les afro-américains. Le port d'armes aux États-Unis est également un sujet de société qui est très débattu chaque année puisque cela met en jeu la sécurité de la population et les graves conséquences qui s'y répercutent. Au-delà de la musique, bon

nombre de chanteurs (ou rappeurs) militent pour leurs idéaux à travers leur création.

## Quelles sont les muses des artistes ?

Les sources d'inspiration sont variées et dépendent de chacun. Certains artistes peuvent se diriger vers d'autres secteurs qui n'ont, à première vue, aucun rapport avec leur domaine de prédilection. Tupac était de plus en plus intéressé par la littérature, notamment par de grands écrivains engagés avec un parcours atypique comme Nicolas Machiavel, Sun Tzu, Khalil Gibran ou encore Alice Walker. Pour ce qui est du Wu-Tang Clan, leur nom est tiré du film chinois Shaolin and Wu Tang, le groupe s'est inspiré

de films de kung-fu et des arts martiaux. Quant à Kendrick Lamar, il a avoué avoir beaucoup apprécié les anciens albums d'Eminem, considéré comme l'un des rappeurs les plus rapides, et s'inspire aussi de grands noms dans le domaine du rap comme Tupac. La musique ne s'arrête donc pas uniquement au fait de chanter et de produire un album, il y a une identité et des messages spécifiques qui sont véhiculés à travers les mélodies propres à chaque artiste, et cela quelque soit leur genre musical. Il est indéniable que les artistes sont eux aussi leur propre inspiration, c'est avec des sonorités différentes mais une histoire commune que se créer des chef-d'oeuvres.

Tina El Hawa



### Les influences de Kendrick Lamar

Apple Music Hip-hop/Rap

[Écouter sur Apple Music](#)



	Keep Ya Head Up	2Pac	4:22
	The World Is Yours	Nas	4:50
	Who Am I (What's My Name)?	Snoop Dogg	4:06
	Stan (feat. Dido)	Eminem	6:44
	A Milli	Lil Wayne	3:41
	Babylon	Outkast	4:24
	Let Me Ride (feat. Jewell)	Dr. Dre	4:21

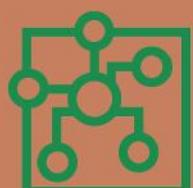
Screenshot de «Les influences de Kendrick Lamar» sur le site de Apple Music



REGROUPEZ VOUS AUTOUR D'ÉVÉNEMENTS  
CULTURELS, DES PERSONNES PARTAGEANT  
L'AMOUR DE LA MUSIQUE.



NODISK RECORDS



# WILL SMITH

## Un génie artistique ?



Lorsqu'on parle de Will Smith, on pense directement à «Men In Black», «Bad Boys» ou encore «I Robot», à tous ces films qui ont fait de lui un acteur mondialement connu et acclamé pour ses talents d'interprète. Il est actuellement à la tête d'affiche du film Aladdin qui vient de sortir le 22 mai 2019 en France, aux côtés de Naomi Scott et Mena Massoud. Will Smith est venu à Paris pour l'occasion et a fait quelques interviews où il partageait son enthousiasme pour le film. Mais est-il réellement qu'un acteur, celui que l'on connaît si bien sur nos écrans ? Nous avons

peut être tendance à l'oublier aujourd'hui, mais Will Smith a eu un grand succès grâce à ses talents de rappeurs. Vers la fin des années 80, il forme avec son ami un duo qui se nomme : Dj Jazzy Jeff and The Fresh Prince. Le duo proposait un jazzy rap qui était différent du rap de ces années-là. L'absence de vulgarité dans leurs sons étaient idéales pour les stations de radios de l'époque. Ce fut un véritable succès car ce rap touchait tous les publics. À cette période, Will Smith se lance donc dans une série basée sur sa vie : The fresh prince of bel-air. Cela a d'ailleurs inspiré certains

artistes, dont Soprano. Chanteur et rappeur français, il a créé une chanson en clin d'oeil au Prince de bel-air, nommée «Fresh Prince».

Tina El Hawa



Le duo DJ Jazzy Jeff and The Fresh Prince

# LES RÉSEAUX SOCIAUX AU COEUR DE LA MUSIQUE



**A**vant sociaux dans le début des années 2000 comme Facebook, Instagram et Twitter, tout ce qui est partagé et publié fait le tour de la toile en quelques secondes. Ce ne sont pas que des façons de communiquer, ils sont aussi le moyen pour les artistes d'annoncer des événements importants ou bien de faire de la pub.

On ne peut parler de Jay-Z sans bien sûr parler de Beyoncé, un duo dans la vie mais aussi dans le travail sous le nom de scène de The Carters, inspiré du nom de famille de Jay-Z. Le couple ne se contente pas d'impressionner que par leur musique, mais vont aussi rapidement créer le buzz sur les réseaux sociaux. Cela s'est bien vu en 2017 lorsque Beyoncé a publié sur Instagram une photo d'elle enceinte qui a eu un succès énorme.

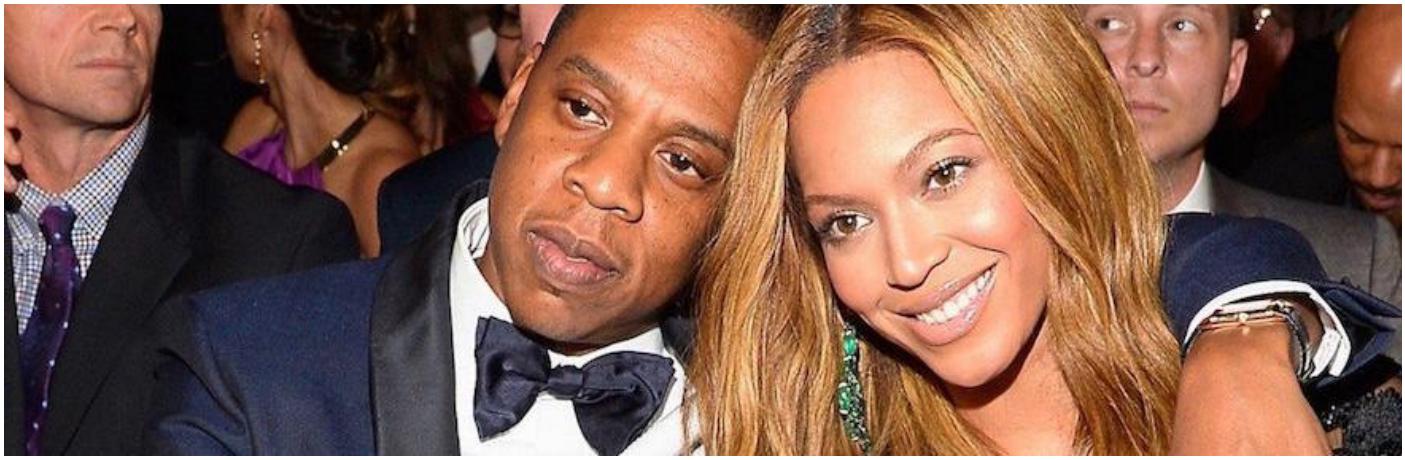
En effet, sa publication est devenue la plus likée d'Instagram à ce moment là, avec plus de 12 millions de

ures ; avant d'être dépassée par d'autres concurrents comme Kylie Jenner ou encore wolrd\_record\_egg.

Après avoir tourné une musique vidéo au Louvre le 16 juin 2018 et l'avoir loué pour cette occasion, on voit le couple se montrer devant les œuvres du monument, mondialement connues. Ils ont une fois de plus fait parler d'eux avec une vidéo qui a cumulé plus de deux millions de vues en quelques heures et aujourd'hui dépasse les 17 millions. The Carters exhibe ainsi leur réussite mais aussi leur engagement devant des peintures soigneusement choisies.

## La Queen des surprises

L'album Lemonade de Beyoncé est sorti le 23 avril 2016 sur la plateforme streaming Tidal concurrente à Spotify et Apple Music, appartenant actuellement à Jay-Z. Cet album est sorti dans le plus grand des secrets et s'avère très personnel puisqu'il fait référence aux moments difficiles de la Queen B.



Ce n'est que le 23 avril dernier, après 3 ans d'attente, qu'elle a finalement décidé de le publier entièrement sur les autres plateformes dont Spotify. Allant de surprise en surprise, quelques jours avant, elle avait déjà publié son nouvel album Homecoming, le 17 avril 2019, contenant 40 titres pour fêter la sortie de son documentaire sur Netflix. Le titre «Before i let go» de ce même album a été un succès mondial puisque son rythme entraînant et ses paroles à instruction chorégraphique ont suscité l'engouement des fans sur les réseaux sociaux. Il n'a fallu que quelques heures pour que le #BeforeILetGoChallenge devienne viral et incite les fans à se prendre en vidéo en dansant sur la chanson et la poster sur Instagram. Beyoncé partage ainsi les vidéos de ses fans en les mettant en scène dans sa story depuis la sortie de son titre.

### Le challenge des stars

Ce n'est pas la première fois qu'une telle chose arrive sur la toile. Cela a déjà été le cas avec Drake en été 2018 grâce à son titre «In my feelings» et son refrain qui reste inlassablement en tête: «Kiki, do you love me

?». C'est de cette façon que le #InMyFeelingsChallenge a vu des millions de personnes s'essayer à des chorégraphies, considérées comme dangereuses par certains puisqu'elles étaient effectuées à côté d'une voiture roulant au pas avec une porte ouverte.

## « ils gagnent l'attention d'un large public »

Mais alors pourquoi tant d'euphorie autour de ces fameux challenges? C'est un phénomène qui se popularise de plus en plus sur Twitter et Instagram. Une fois que l'album d'un artiste est sorti, il y a généralement un titre far qui est retenu par l'audience. Les fans commencent alors par danser dessus et prendre plaisir à faire des freestyle sur leur morceau préférés. Avec un mouvement de boule de neige, tous les fans des quatre coins du monde se prêtent au jeu et partagent ainsi leur propre vidéo grâce à des hashtags et deviennent rapidement likées, partagées, critiquées ou adorées. Mais ce qui rend les challenges aussi connu,

c'est qu'ils prennent des dimensions au-delà de la communauté de l'artiste dans laquelle débute le mouvement. On peut voir notamment d'autres personnalités publiques essayer studieusement la chorégraphie ou bien, au contraire, la tourner en dérision pour faire rire.

On peut considérer ce «mouvement» comme une façon de partager avec la communauté la joie que procure le titre d'un artiste et ainsi s'amuser sur le rythme créé. En revanche, il peut y avoir également un côté plus égocentrique qui pousserait certains à uniquement publier des vidéos pour se faire remarquer et faire parler d'eux. Que ce soit pour une raison ou une autre, il faut avouer que ce phénomène est un bon coup de communication pour les artistes concernés car ils gagnent, de ce fait, l'attention d'un large public.

Tina El Hawa

# VYRYL

Les lunettes de bonhomme



Seulement 99,99€ ! WOAW



## DIFFÉRENTES CULTURES MUSICALES DANS LE MONDE





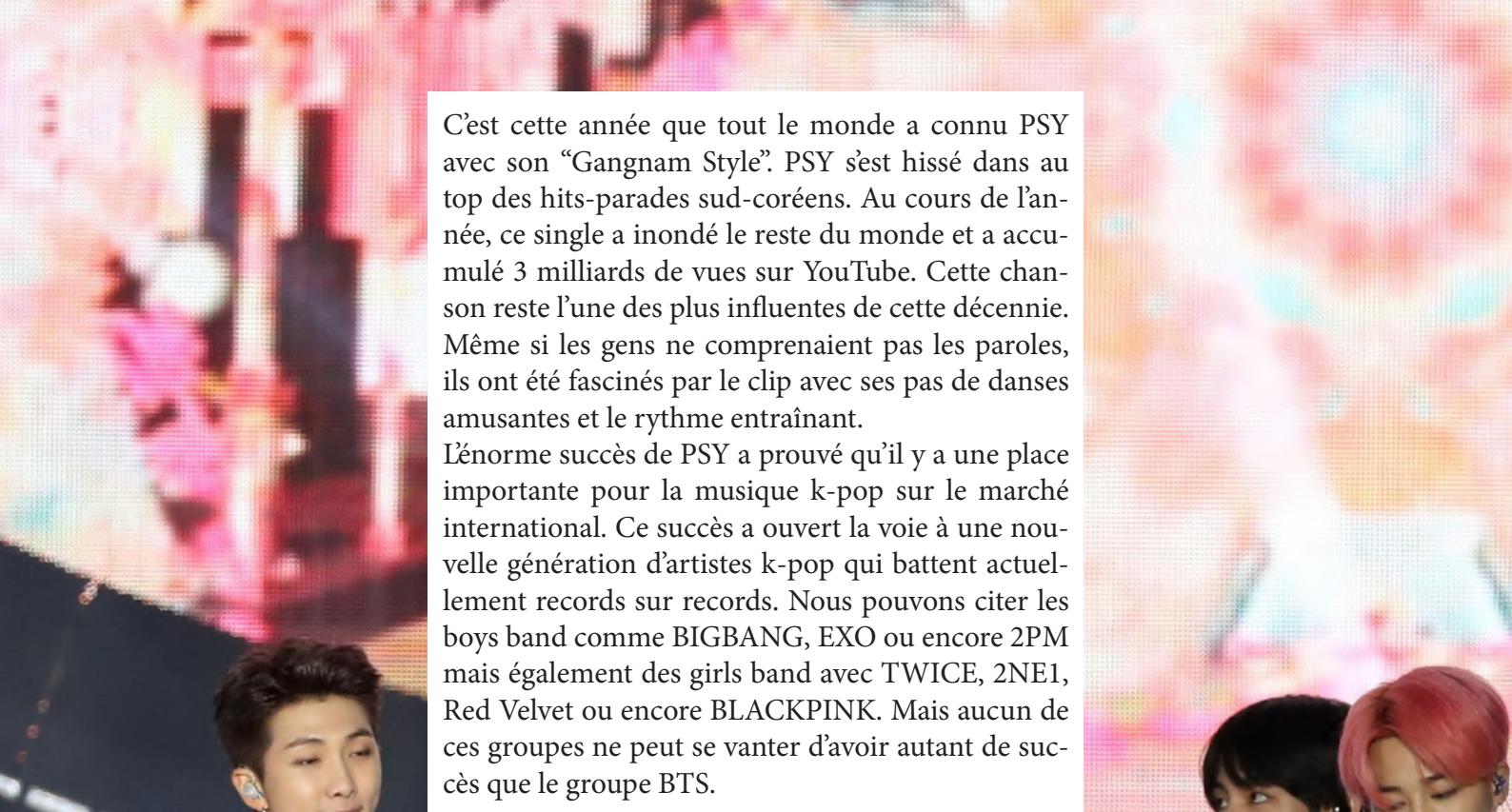
## LA KPOP: COMMENT CETTE CULTURE MUSICALE S'EST MONTRÉE AUX YEUX DU MONDE ?

Ce sont les nouveaux idoles des jeunes, ces personnes aux allures de personnages de manga. plaise à de plus en plus de jeunes, retour à ce phénomène ascidulé.

Ces dernières années, la K-pop est devenu un phénomène mondial. Mais c'est quoi exactement ? Tout d'abord K-pop est l'abréviation de "korean pop" et vient de Corée du Sud.

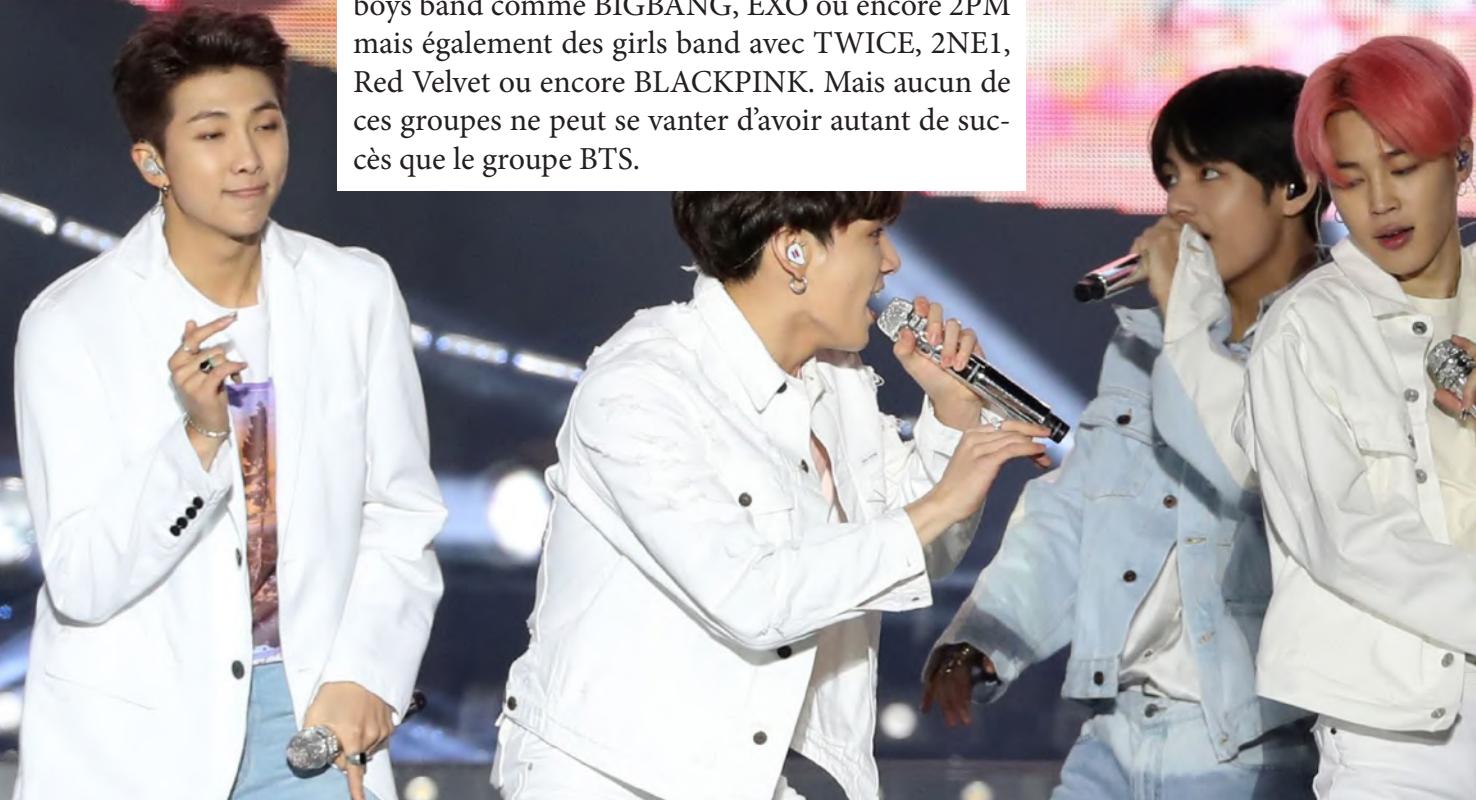
La k-pop a commencé dans les années 90 avec le phénomène "hallyu". C'est la que la culture coréenne s'est progressivement répandue dans le monde. En à peine plus de 20 ans, cette culture a conquis la planète. Cela inclut la musique pop coréenne, la nourriture, les cosmétiques et pleins d'autres domaines. La musique pop coréenne a d'abord conquis le cœur des chinois avec le premier boys-band à se lancer avec succès à l'international. Ouvrant ainsi

la voie à d'autres artistes qui ont suivi leurs traces. Mais la kpop ne comporte pas que de la musique pop, on y retrouve le Hip-Hop, le R&B et la Techno. Après avoir séduit la Chine, le phénomène Kpop s'est répandu au Japon et est devenu très populaire auprès des adolescents et des jeunes adultes. Au cours des années suivantes, la K-pop s'est aussi faite connaitre dans d'autres régions du monde comme l'Amérique latine et l'Europe. Mais à ce moment, le virus kpop n'avait pas encore frappé aux Etats-Unis. Quand vint alors l'année 2012...



C'est cette année que tout le monde a connu PSY avec son "Gangnam Style". PSY s'est hissé dans au top des hits-parades sud-coréens. Au cours de l'année, ce single a inondé le reste du monde et a accumulé 3 milliards de vues sur YouTube. Cette chanson reste l'une des plus influentes de cette décennie. Même si les gens ne comprenaient pas les paroles, ils ont été fascinés par le clip avec ses pas de danses amusantes et le rythme entraînant.

Lénorme succès de PSY a prouvé qu'il y a une place importante pour la musique k-pop sur le marché international. Ce succès a ouvert la voie à une nouvelle génération d'artistes k-pop qui battent actuellement records sur records. Nous pouvons citer les boys band comme BIGBANG, EXO ou encore 2PM mais également des girls band avec TWICE, 2NE1, Red Velvet ou encore BLACKPINK. Mais aucun de ces groupes ne peut se vanter d'avoir autant de succès que le groupe BTS.



Le groupe est composé de 7 membres. Ce groupe a sorti son premier single en 2013 et depuis il a acquis une popularité mondiale extraordinaire. BTS a une armée de fans dans le monde entier; il est appelé le "BTS Army". Pour les jeunes, ils ne représentent pas juste un simple boys band. Ce qui fait leur popularité, est leur implication dans les réseaux sociaux. Le twitter du groupe poste régulièrement des messages positifs et qui aident cette jeunesse. Il y a également dans leurs concerts les fans qui chantent à l'unisson lors des rares concerts occidentaux. Et c'est sans soute là que réside la vraie force de BTS. Assister à un concert c'est l'assurance d'en avoir plein la vue. La moindre lumière, chorégraphie ou interaction avec le public provoque l'hystérie la plus totale. Les fans

les plus fous sont prêt à donner leur vie pour juste pouvoir les toucher et les sentir. Ce ne sont plus des artistes mais des idoles que l'on peut comparer aux rockstars de l'époque; des personnes pour qui des fans auront pour seul intérêt de les voir. On peut citer leur concert du 15 mai dernier avec des fans qui ont campé devant Central Park à New-York juste pour obtenir les places les plus proches de la scène. L'influence de BTS peut montrer que n'importe quel fan dédié peut être prêt à tout pour ces artistes. BTS est un générateur d'argent pour le label pour qui le groupe travaille. Les tournées mondiales sont rares mais peuvent rapporter gros. BTS va se tenir en concert ce 6 juin au Stade de France. Les billets ont été épuisé le soir de l'ouverte de la billetterie.

Mais derrière les strass et paillettes se cache une dure réalité. Le secteur de la K-pop présente d'innombrable maisons de disque désireuses de fortune et. De succès. Pour trouver leurs futures stars, elles ont recours à des processus de sélection impitoyable pour jauger le potentiel des adolescents de 15 ans. Ceux qui réussissent cette sélection gagnent une entrée dans une académie. Pendant trois à cinq ans, où les adolescents apprennent à devenir des Idoles. Chant, danse, style vestimentaire et cours de langue; un apprentissage dur pour ces jeunes. Pendant qu'ils développent leurs compétences, les producteurs essaient de détecter ceux qui sont susceptibles d'être les plus doués. Les idoles doivent respecter à la règle

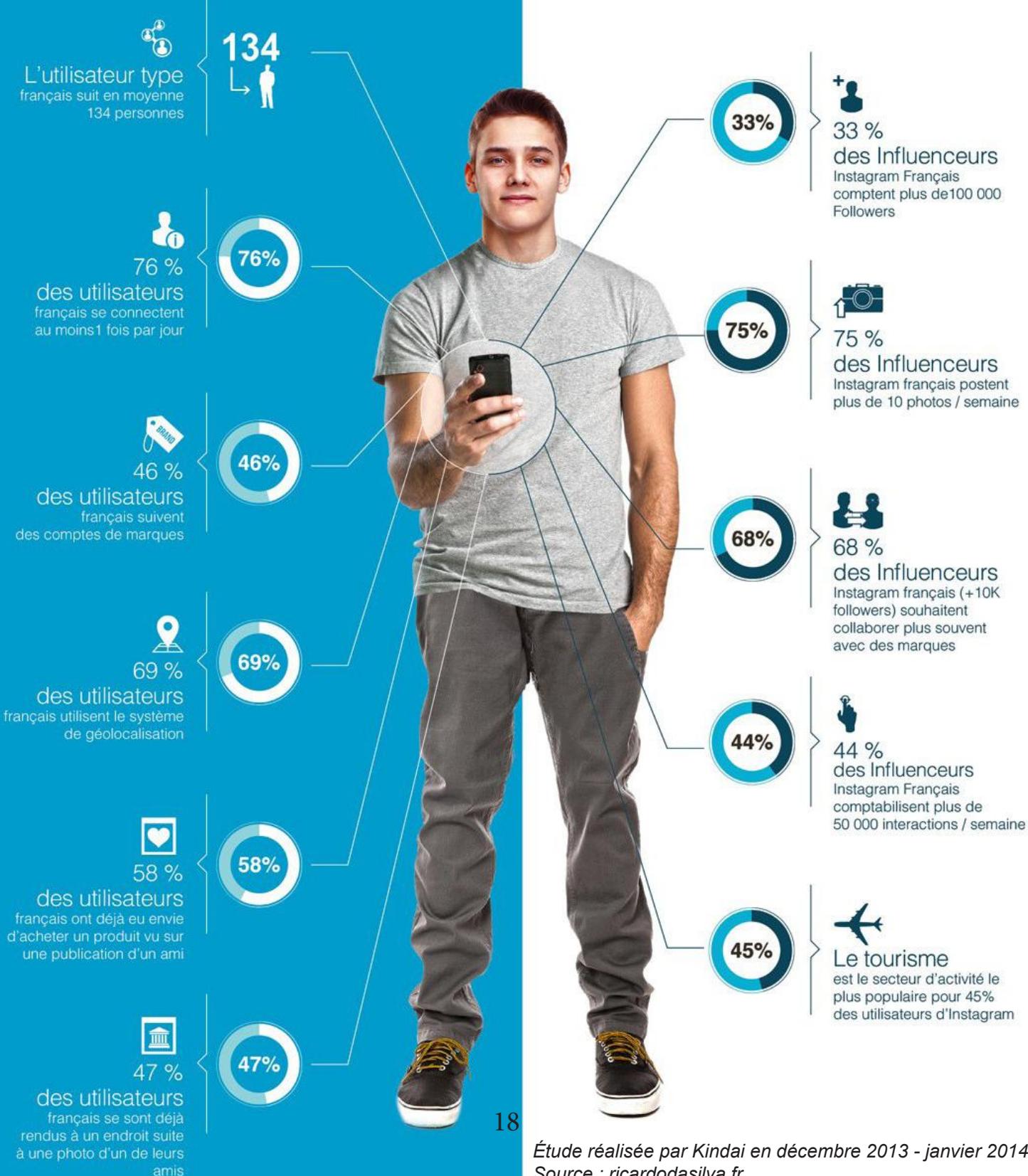
les consignes des producteurs. Communication, régime alimentaire et relations amoureuses , tout est contrôlé par les producteurs. Mais certaines jeunes stars n'ont pas eu les épaules pour supporter toute cette pression et sombrent.

Le 18 décembre 2017, un membre du groupe SHINee a donné fin à ses jours à cause de cette pression. Jonghyun, de son nom de scène, n'est malheureusement pas le premier à s'être donné la mort, c'est donc avec ces tragédies que se manifeste un important problème de société.

Andy Chea



# UNE INFLUENCE OUI MAIS DANS QUELLES MESURES ?



Dans le marketing d'influence, un secteur qui brasse plusieurs milliards de dollars, les collaborations rémunérées font parfois l'objet de dérives inquiétantes.

## D'abord c'est quoi un influenceur ?

Un influenceur est une personne qui a une forte présence au travers des plateformes digitales, lui permettant ainsi d'influencer le comportement d'achat ou de consommation des internautes qui le suivent.

C'est donc via les réseaux sociaux que les marques introduisent les influenceurs dans leurs stratégies de marketing et de communication, pour assurer la promotion de leurs campagnes de produit et services.

## L'interdiction du « sponsoring dissimulé »

Premièrement, en début d'année l'autorité britannique de la « concurrence et des marchés » a révélé que 16 influenceurs de renommé mondial avaient promis d'être beaucoup plus transparents lorsqu'ils étaient payés pour promouvoir un produit.

L'organisme de réglementation a émis une mauvaise avis en défaveur des célébrités qui affichent des images d'elles-mêmes avec un produit dit : «génial», sans mentionner que la «fabuleuse» société derrière elle leur a payé une somme dérisoire pour être tout à fait aussi enthousiastes.

Ils seront maintenant encouragés à utiliser des hashtags préventifs tels que #ad, #sponsored ou #freebie pour donner à leurs fans une image plus claire de ce qui se passe, sinon ils pourraient se retrouver devant les tribunaux.

## Une technique de marketing fortement critiquée...

Mais en Février on a également vu la sortie de deux documentaires sur le désastreux Festival Fyre, qui semblait être l'apothéose du marketing d'influence. Il a montré le pouvoir des influenceurs.

Kendall Jenner aurait reçu 250 000 \$ (190 000 £) pour un poste à l'Instagram afin de promouvoir le festival. Cela a soulevé des questions sur l'éthique de cette forme de marketing.

Les mannequins et autres célébrités ont été assez heureux de recevoir de l'argent des organisateurs du Festival de Fyre pour en faire la promotion. Mais lorsque cet événement Marketing s'est transformé en fiasco médiatique, les différentes personnalités pas encore été mis en cause face à la justice pour avoir participé à une campagne de marketing malhonnête.

Alban Mellinger

## Les réseaux sociaux préférés des influenceurs

2018





**PNL, DEUX FRÈRES  
DEVENUS MARQUE  
DE PRESTIGE**



*Il y'a deux mois le 05 Avril 2019 sortait l'album tant attendu de PNL « Deux frères » qui a battu des nombreux records d'écoutes rapidement. Nous allons revenir sur comment fonctionne PNL pour marcher autant.*

Tarik (Ademo) et Nabil (N.O.S) Andrieu, issus d'une mère algérienne et d'un père corse ont fondé leurs propre label QLF RECORDS. Cela signifie « Que La Famille » : ils travaillent uniquement avec leur entourage proche.

Les fans de PNL attendaient cet album, il n'avaient pas eût de nouvelles depuis 2 ans. pourtant, leur retour est fulgurant.

Deux Frères : 113 214 ventes au total

Physique : 62 787 / Téléchargement : 9 902 / Streaming : 40 524

Soit plus de 50% en physique.

Comment se fait-il que l'on parle autant de PNL, Alors qu'ils évitent tous les médias et les collaborations ?

Ils jouent sur le manque d'informations ainsi que les rumeurs. Un chroniqueur du Mouv' à prouvé cela: il a affirmé avoir eu vent que PNL aurait refusé un remix de son tube A l'ammoniaque par Drake. Il a affirmé qu'il était ivre à ce moment-là et n'était donc pas sûr de son information. Mais dans la même journée, plus de six médias ont relayé cette information comme un fait avéré.

Ce qui a fait couler de l'encre au sujet de PNL.

Leur « communication » est basée sur le peu d'informations qu'il donne vis-à-vis de leur textes ou de leurs productions en général. La majorité des paroles ont des références ou une connotation que seuls les « connaisseurs » peuvent comprendre. Car au premier coup d'œil celle-ci n'ont pas de sens, par exemple « AU DD » qui signifie en réalité « au détail », ce qui amène au thème de la vente de drogue. Les deux frères eux ont voulu augmen-

ter le prestige de leurs musique en en faisant quelque chose de rare, où le consommateur ne parvient pas à percer tous les mystères disséminés dans les morceaux. Et donc cela divise les fans en deux: ce qui savent et ceux qui ne savent pas. Comprendre tout ce que PNL insinue à travers leurs chansons est un travail. Il faut beaucoup de recherches et de travail pour entrer dans le cercle fermé de ceux qui parviennent à comprendre le jargon et les références du groupe. Vient alors le sentiment de fierté, celle d'avoir percé le mystère PNL, créant ainsi de l'exclusivité parmi les fans.

En somme quand vous écoutez PNL vous appartenez indirectement à un groupe. Car ces sites tels que YouTube ou Spotify ont rendu la musique trop, accessible trop grand public, et donc le seul moyen d'être dans un groupe c'est d'y comprendre les codes et les reproduire. Et tout cela ça existait déjà auparavant sans les sites de streaming avec différents moyens. Avant les groupes d'appartenances par exemple les genre Hippie ou Rock était aussi très codifiée avec un style vestimentaire et il fallait forcément connaître la dernière chanson du moment pour être populaire bisous donc il écrit cette popularité car ils avaient l'exclusivité sur certains titres musicaux et bien c'est ce que PNL a réussi à faire mais avec leurs textes. Qu'est-ce qu'il prouve encore plus c'est le fait qu'ils ne font pas interview car ils préfèrent jouer sur le mystère.

Victor Buczkowski

«Le nouveau Eminem français» - Thierry Ardisson

«Bluffant et stupéfiant» - Lil Ricky



**SASAJKI  
EL JUGADOR  
SORTIE LE 31/06**

# L'IMPACT DES INFLUENCEURS

## SUR LES JEUNES

*L'adolescence est une période où l'enfant évolue et change pour devenir un jeune adulte. Il est en pleine construction de sa personnalité. À cet âge, on a tous besoin de suivre un exemple et quoi de mieux que les célébrités pour s'approprier ce rôle? Cependant est-ce toujours bon pour un jeune de suivre cet exemple ?*

Nous sommes à une époque où les jeunes générations sont devenues des plus influençables. Aujourd'hui, les réseaux sociaux permettent plus facilement de suivre le quotidien de nos célébrités préférées. Il y a un accès plus facile au monde et un jeune peut accéder aisément aux informations de son artiste préféré ou de la célébrité qu'il admire par exemple. Bien plus qu'un accès aux informations, il peut suivre cet artiste et voir ce que ce dernier partage.

Cette jeune génération ne fréquente plus les anciens médias tels que la télévision ou les médias papier et a tendance à accorder sa confiance aux personnes dites « influenceurs » car ce sont des personnes qui leur ressemblent par leur âge ou leurs centres d'intérêt. En pleine période d'adolescence, ressembler à sa personnalité préférée permet d'avoir confiance en soi. Pour s'intégrer mieux un enfant va suivre les tendances et essayer de faire comme tout le monde. Et oui ! Peu pensent qu'on peut être apprécié pour son originalité.

### Une incitation à l'achat

En 2018 une étude mené par Odoxa et Emakina, sur les comportements de consommation confirme l'importance de l'impact des influenceurs sur les jeunes consommateurs de 18 à 24 ans.

Un Français sur quatre a déjà découvert un nouveau produit via un influenceur. Et bien plus que cela, l'influenceur impact sur l'achat ou à contrario sur l'abandon d'un produit. Cette étude a également permis d'apprendre que 59% des 18-24 ans ont découvert un produit grâce aux influenceurs et 40% des 18-24 ans font plus confiance aux influenceurs qu'à la publicité. On voit donc que les jeunes sont très affectés par leur modèle mais cette influence peut-elle s'avérer toxique ?

### Une dépendance dangereuse

Les influenceurs partagent donc leur vie en continu, leur vie qualifiée de « parfaite », leur voyage, leur vêtement et bien d'autres choses. Les jeunes se mettent à voler leur parents pour pouvoir acheter le même haut que Kendall Jenner par exemple. L'influence des célébrités a malheureusement causé l'augmentation de la délinquance juvénile dans certains pays. Le partage de leur vie a cédé la place à une banalisation de la consommation d'alcool et de drogue. Les jeunes adolescent, encore dans une période où ils sont des plus influençable, ont tendance à prendre à la légère la consommation de drogue. « Si Lil Pump prend de la drogue, qu'il est quand même en bonne santé et en plus multi-millionnaire, pourquoi pas moi ?» Pourrait se questionner un

collégien.

Un sondage sur une trentaine d'élèves entre 12 et 20 ans dans un collège parisien a montré qu'un des premiers critères qui attire chez les influenceurs et les célébrités est la beauté. Pas très étonnant quand on se rappelle qu'on vit dans une société de consommation de l'image et arrivent seulement après l'accomplissement personnel de la personne et son charisme. Le critère de la Beauté est à l'origine de complexe chez les jeunes qui pense que ressembler à son modèle est le graal et qu'etre soi même est juste inimaginable.

Ce qu'on en retire est que les jeunes sont facilement influençables et que cette influence est en constante évolution à notre époque. Plusieurs études ont montré que durant l'adolescence les jeunes se cherchent encore et essayent de se construire. L'impact des influenceurs sur les jeunes est donc réel du fait qu'ils ont une part importante dans la prise de décision des jeunes adolescents.

Il est évident qu'on ne peut pas remettre la faute que sur les influenceurs lorsqu'il incite sans le vouloir les jeunes à commettre des actions peu recommandées. Il y a un travail à faire au niveau de l'accessibilité de l'information aux jeunes

Nour Mechitoua



LAWMAKERS

TRUST  
US ME

AK-47

# L'INFLUENCE DES ARTISTES SUR LE STYLE VESTIMENTAIRE

Le rappeur Booba a récemment annoncé sur Instagram que c'en était fini avec sa marque **Unküt**. Comment ses fans ont-ils réagi suite à cette annonce ?

## Quand les rappeurs habillent leurs fans

Les jeunes ont tendance à suivre les tendances, et surtout celles mises en avant par leurs idoles. C'est pourquoi beaucoup de personnes achètent des habits mis en ventes par leurs rappeurs favoris.

Il est vrai qu'on aime ressembler à ses idoles, et acheter leurs vêtements est une preuve de fidélité envers eux. Les rappeurs se diversifient souvent et peuvent se lancer dans d'autres milieux que la musique, le rappeur Kery James a par exemple écrit une pièce de théâtre, alors que Sofiane (Fianso) s'est lancé dans le cinéma. Mais beaucoup d'entre eux créent leur propre marque, comme c'est le cas de Damso avec *Rosemark* ou encore Booba avec *Unküt*, qu'il a créée en 2004.

## Booba quitte Unküt

Si pendant de nombreuses années la marque du rappeur Booba lui a rapporté beaucoup d'argent (15 millions de chiffre d'affaires en 2015), celui-ci a annoncé dans un post Instagram qu'il quittait la marque, pour des raisons conflictuelles avec ses collaborateurs, Jérôme et Laurent Abiteboul.

Depuis, les fans ont réagi. De la déception, de la surprise, les commentaires sont très diversifiés. Une grosse partie souhaite arrêter de porter du *Unküt*, car c'est soi-disant «démodé», ou encore «périmé». Une autre se défidélise de Booba, car certains fans sont lassés des caprices du rappeur, et de ses nombreux clashs avec d'autres rappeurs. On se souvient que Booba a proposé un octogone à Kaaris, son ennemi en fin d'année 2018.

## Une nouvelle marque ?

Booba, de son vrai nom Elie Yaffa, a été nommé businessman de l'année par le magazine *GQ*. Et cela se mérite. Celui-ci a fondé le label *92i*, qui a produit plusieurs artistes, dont Damso qui a réalisé un disque de diamant ; mais aussi une marque de Whisky (*D.U.C*), deux parfums (*Grenade* puis *Koepty*), un média (*OKLM*), et enfin *Lifetime Players* (une agence de management sportif). On comprend donc le succès économique du rappeur et tout son argent qu'il affiche fièrement sur les réseaux sociaux. Mais Booba ne compte pas s'arrêter là, le rappeur a en effet annoncé sur les réseaux et plus particulièrement dans une vidéo Youtube qu'il allait lancer sa nouvelle marque «*DCNTD*» (pour signifier disconnected, déconnecté en français). L'arrêt de sa marque *Unküt* servirait donc à laisser place à une nouvelle marque, plus moderne. Nous verrons donc à son lancement officiel si les fans sont toujours autant fidèle au rappeur.

Axel Viskovic



booba\_team\_92i C'est fini  
@unkut\_officiel bientôt du nouveau  
@dcntdofficial vous en pensez quoi les pirates ? #boobaoofficial #92i #92izi  
#booba #boobaoofficial #92i #92izi  
ads.sarre 🙌🙌🙌🙌🙌🙌  
iliyas.izi Prq ?:  
honoreawoute Pourkol?????  
nicotchakpana pas compris il va sorti  
qui à la place de unkut 🤪🤪  
romukaminski @nicotchakpana  
Disconnected  
ricos781577 @iliyas.izi pk??? Plus de biffé  
il arrête unkut maintenant qui la tout  
rincer et il veut tout rincer avec ça  
nouvelle marque  
klin\_calvin C'est la crise de la quarantaine  
4 897 visionnages

# L'interview NoDisk

Dans le cadre de notre numéro sur les influenceurs et les artistes de musique, nous avons interviewé Noémie Poncet, membre de l'association NoDisk à HETIC

**Plume** : Bonjour et merci de nous recevoir ! Pour commencer, peux-tu nous éclairer sur NoDisk et ton rôle dedans ?

Noémie : Salut ! Alors en fait, c'est une association à but non lucratif qui se fait passer pour une agence, on est un peu comme un label mais on garde juste le côté développement de l'artiste. Le but c'est d'établir le contact avec les artistes qu'on reçoit, tous musiciens confondus.

**Plume** : Comment faites-vous pour accompagner vos artistes dans le développement de leur image ?

Noémie : On le fait principalement à travers les réseaux sociaux. On fait un planning où l'on prévoit quoi faire sur les différentes plateformes. De cette façon, on leur apprend à les utiliser pour les aider à se faire connaître. On leur demande de faire aussi des vidéos pour qu'on puisse faire la promotion de leurs concerts par exemple.

**Plume** : Comment choisissez-vous les artistes ?

Noémie : Pour l'instant on a quatre artistes et quelques groupes dont l'un qui se nomme Cosmos. C'est grâce à Youtube qu'on l'a connu, on a eu un réel coup de coeur donc on l'a contacté. L'idée c'est d'aller au maximum vers les artistes, de faire déjà une première approche puis l'objectif final c'est qu'ils feront naturellement la démarche par la suite.

**Plume** : Entreprenez-vous des actions de growth hacking ? (technique marketing pour développer son réseau et sa visibilité)

Noémie : À NoDisk oui on fait ça, on établit une todolist. Par exemple, on avait un artiste à Nantes qui a fait The Voice, il fait un concert le 31 mai mais personne le connaît à Paris et notre but c'est d'attirer du monde justement. Il a déjà un manager et a un certain développement dans sa ville mais il n'est pas encore connu à Paris. On a donc établi une liste sur la façon dont on va toucher le public, comme créer des événements. Il s'est filmé en répondant à des questions toutes bêtes et on s'est rendu compte qu'une simple vidéo peut vraiment attirer les gens.

**Plume** : Vous côtoyez assez souvent la sphère des réseaux sociaux, donc que penses-tu personnellement du terme «influenceur» ?

Noémie : Pour moi, c'est celui que tout le monde va suivre. C'est souvent une personne qui fait de la pub sur des produits que tout le monde va acheter grâce à ses promotions. C'est totalement une stratégie marketing.





**Plume** : Penses-tu que ce terme perd de son sens de nos jours ? On peut aussi évoquer les artistes qui sont eux-mêmes influenceurs, quelle est la différence avec les influenceurs lambda selon-toi ?

Noémie : Les artistes influenceurs ont une plus grande influence logiquement, la portée est plus importante. D'ailleurs, Selena Gomez a fait une photo où on la voyait avec une bouteille de Coca Cola, et ça a rapidement fait le tour des réseaux sociaux.

**Plume** : Quelle est ta position sur cette pratique d'influenceur ? N'as-tu pas peur que cela touche de manière négative les plus jeunes ?

Noémie : Bah c'est pas méchant en soi mais c'est dans la vie de tous les jours, tout nous influence aujourd'hui. C'est pas néfaste, c'est notre société qui évolue aussi et ça va avec. Après, il y a des gens qui sont mal dans leur peau, il y a toujours un côté à risque mais c'est pas la chose à laquelle je pense directement quand on me parle d'influenceurs.

**Plume** : Enfin pour terminer, comme tu le sais les artistes ont un impact important dû à leur popularité. Penses-tu qu'ils devraient se restreindre pour cette raison et être moins libres de leurs paroles ?

Noémie : Par exemple Enjoy Phoenix, elle montre uniquement les choses biens en ce moment alors qu'en réalité ce n'est pas ce qu'il se passe. Mais oui, ils devraient carrément faire attention à ce qu'ils publient. Il y a totalement un filtre, puis de toute façon je pense que tu peux être toi-même influenceur. Tu vas toucher tes amis par exemple même si t'es pas connu en soi, tout le monde est influenceur quelque part. C'est assez subtile comme nuance mais dans tous les cas faut faire attention, d'autant plus quand t'es populaire.

**Plume** : Merci pour ton temps, nous te souhaitons une excellente continuation et à bientôt

Noémie : Merci à vous!

Nour Mechitoua et Tina El Hawa

Directrice déléguée : Clara Boissier

Chef de publication: Camille Broussin

Rédacteur en chef : Tina El Hawa

Secrétaire de rédaction : Nicolas Decreton

Journalistes: Nour Mechitoua, Alban Mellinger, Andy Chea

Designer / PAO : Victor Buczkowski , Axel Viskovic



2019

# ROCK EN SEINE

24.25.26 AOÛT 2019

DOMAIN NATIONAL SAINT-CLOUD