

# La surenchère de concerts

## MUSIQUE Le public belge est fidèle mais de plus en plus sélectif

**L**a chose aurait été impensable il y a deux ou trois ans : Lady Gaga, de passage au Sportpaleis d'Anvers ce mardi, n'a pas réussi à remplir la salle. Plus surprenant encore : alors que Pharrell Williams a tout réussi en 2013 et qu'il a commencé 2014 en sortant le tube de l'année, « Happy », les 16.000 places du même Palais des Sports anversoises n'ont pas trouvé acquéreurs alors qu'on aurait pu penser qu'elles s'arracheraient en quelques heures à peine.

Est-ce à dire que la fréquentation de salles de concerts a atteint un pic et que la descente est entamée ?

Pas si vite. En début d'année, le média américain *Pollstar*, spécialisé dans l'industrie musicale, a classé l'Ancienne Belgique et le Sportpaleis parmi les salles les plus fréquentées du monde. L'AB est ainsi le troisième club (et premier européen) le plus fréquenté au monde avec 236.768 entrées en 2013. Le Sportpaleis a, lui, vendu 741.319 tickets et se classe huitième dans la catégorie des « arènes » les plus visitées.

La Belgique est une terre de concerts, profitant de son ancrage géographique central, de son réseau routier, de sa qualité d'accueil et d'un public musical aussi fidèle que des supporters de foot. Et cela tourne d'autant mieux que le live est aujourd'hui la première source de revenus pour les musiciens. Mais cela pourrait aussi devenir un désavantage...

C'est que la concurrence est de plus en plus rude. Non seulement en salle, avec l'ouverture récente du Palais 12 à Bruxelles qui, avec ses 15.000 places, vient concurrencer le Sportpaleis anversoises, mais aussi avec les festivals d'été qui se multiplient, s'étendent de plus en plus au-delà de la saison estivale et proposent des concerts en gros à plus bas tarif. Conséquence de cette augmentation

sensible de l'offre, il n'est plus aussi évident pour les salles de concerts de faire des sold out.

### Des tickets de plus en plus chers

Autre conséquence : l'inflation des prix des tickets. Si un concert à l'AB coûtait en moyenne 18 euros au début des années 2000, il ne descend aujourd'hui pas en dessous des 25 euros et il n'est pas rare de voir des tickets à 30 euros ou plus. Dans les grandes salles, on joue la surenchère : de 40 à 100 euros. « *C'est une question d'offre et de demande* », nous expliquait Kurt Overbergh, directeur artistique de l'Ancienne Belgique, il y a quelques mois. Et de cachet pour les artistes ? « *Oui et non. Il faut mettre ça dans un contexte d'inflation. Tout devient plus cher. Sur les festivals, c'est vrai, les cachets ont énormément augmenté, mais en salle, ça reste contrôlé.* » Pour autant, certains artistes ne rechignent devant rien. Comme Tony Bennett, qui s'est produit lundi dans un Cirque Royal dans lequel il restait des places. L'explication est assez simple : un ticket valait 100 euros ! Dans ces conditions...

Mais le succès d'un concert est surtout lié à la cote de l'artiste et de promotion qui l'entoure. Ainsi, en quelques années, Lady Gaga a clairement perdu de sa notoriété. Elle apparaît aujourd'hui (déjà) dépassée par de plus jeunes provocateurs comme Miley Cyrus. Quant à Pharrell, le passage en solo a été moins aisé que prévu. Si le bonhomme excelle en s'acoquinant avec d'autres, son album *Girl* n'a pas eu le retentissement de « Happy » ou « Get Lucky », loin s'en faut. Reste que si le concert avait eu lieu en février dernier, on peut être sûr que les places se seraient arrachées. Question de timing. Or, à l'heure des réseaux sociaux, ce qui est « hot » un instant se refroidit de plus en plus rapidement. ■

DIDIER ZACHARIE

### SOLD OUT OU PAS SOLD OUT

#### Stromae et Florent Pagny stars du live

##### Sportpaleis (16.000 places)

24/09 Pharrell Williams (de 40 à 150 euros) : quasi sold out

21/11 Lenny Kravitz (de 43 à 54 euros) : pas sold out

22/11 Armin Van Buuren (de 43 à 54 euros) : quasi sold out

06/12 Bryan Adams (de 43 à 70 euros) : tribunes remplies

19 et 20/12 Dimitri Vegas & Like Mike (de 35 à 51 euros) : quasi sold out

04/03/2015 Katy Perry (de 40 à 207 euros, dix rangées de prix) : se remplit rapidement

##### Forest National (8.000 places)

23, 24, 25/10 Florent Pagny (48 euros) : deux dates sold out

04/10 Christophe Maé (44 euros, concert passé du Palais

12 à Forest) : pas sold out

07/10 London Grammar : sold out

04/11 Ed Sheeran : sold out

09/11 Cat Stevens (de 79 à 99 euros) : pas sold out

16/11 Jack White (40 euros) : pas sold out

##### Lotto Arena (5.000 places)

05/10 Joe Bonamassa (de 48 à 98 euros) : quasi sold out

24/10 Vaya Con Dios (de 33 à 48 euros) : une catégorie sur trois sold out

22/11 Charles Aznavour (de 50 à 110 euros) : quasi sold out

23/11 Chris Rea (de 40 à 55 euros) : pas sold out

##### Palais 12 (15.000 places)

18/10 David Guetta (de 42 à 95 euros) : quasi sold out

05/11 Kylie Minogue (de 44 à 79 euros) : pas sold out

12/11 Peter Gabriel (de 48 à 80 euros) : quasi sold out

12, 13, 14, 16/11 Stromae : sold out

06/12 Yannick Noah (de 41 à 65 euros) : pas sold out

## L'EXPERT

## « Il y a une grosse concurrence des festivals »

Paul-Henri Wauters, programmateur au Botanique, se penche sur la question de la fréquentation (ou pas) des salles de concerts en Belgique.

## Voyez-vous une évolution dans le business du live ?

J'ai l'impression que l'augmentation des festivals, mais aussi d'offres gratuites ou presque, induit une nouvelle forme de consommation de masse pour argent limité. Il y a aussi une concurrence entre les festivals qui les pousse à faire un marketing très agressif de plus en plus tôt dans l'année. Si bien que la saison des concerts en

salle se resserre. On doit donc se différencier par la qualité de l'offre.

## Observe-t-on une diminution de la fréquentation des concerts en salles ?

Concernant le Botanique, on vient de commencer la saison en mettant en vente 110 concerts et on a rempli 50 % de la capacité vendable. C'est beaucoup. S'il y a érosion de

la fréquentation, c'est pour les concerts plus anonymes parce que la promotion pour ces artistes a tendance à diminuer. Pour les gros concerts, les gens se disent peut-être qu'aller voir un artiste dans un contexte assez anonyme ne se différencie pas assez de ce qu'on peut avoir chez soi avec toutes les possibilités qu'offre Internet.

PROPOS RECUEILLIS PAR D.Z.

## critique Lady Gaga ravit ses monstres à Anvers

Le volet européen de la tournée Artrave : The Artpop Ball lancé à Athènes s'est poursuivi mardi au Sportpaleis d'Anvers. Il s'apparente pour Lady Gaga à une reconquête. Avec plus de couleurs et moins d'excentricité. L'album *Artpop* s'est moins bien vendu que prévu et, pour la première fois, on trouvait encore des places le jour même pour son concert au Sportpaleis. Qui tout de même était rempli *in fine*. Lady Gaga a donc refermé mardi sa parenthèse jazz en compagnie de Tony Bennett. Le disque est sorti, elle l'a promu Grand-Place. Terminé pour celle qui peut maintenant retrouver ses *Little Monsters* de fans. Car il ne s'agirait pas de laisser l'hémorragie d'*Artpop* perdurer.

Pour accueillir son public au Sportpaleis, Lady Gaga a fait le choix de Lady Starlight, son amie DJ qui, mardi, a surpris avec une tenue vestimentaire traditionnelle très sage (juste une robe à fleurs comme si elle allait vendre le lait de ses vaches au marché !). N'empêche, celle-ci a réussi à installer une ambiance à la Tomorrowland qui s'est prolongée jusqu'à la (trop) longue attente avant l'arrivée de la diva.

On retrouve ensuite l'ADN des shows de la Lady : une scène gigantesque se prolongeant très loin dans le public, un décor croisant les maisons de Santorin avec des allusions sexuelles et une douzaine de danseurs et danseuses jouant à fond la carte gay et sexy.

Réputée pour ses tenues la transformant en statue de marbre, Stefani, cette fois, impose un style nettement plus sportif. Les petits justaucorps moulants remplacent les

sculptures abracadabrantes et non, elle ne se transforme plus en moto.

En plus de parler français tout au long du concert (ça devient rare au Sportpaleis !), Lady Gaga sait quoi faire pour plaire à ses Petits Monstres : aligner les tubes sans fléchir. « Just Dance », « Poker Face », « Telephone », « Paparazzi », « Born This Way », « Judas », « Alejandro », « Bad Romance », « Applause »... Tout s'enchaîne sans temps morts. Gaga prend juste le temps – histoire de reprendre son souffle – de se poser seule

derrière son piano en milieu de parterre ou de rappeler à tous le message d'*Artpop* : elle avoue qu'au moment de son écriture, sa vie était un bordel et qu'il s'agissait pour elle d'insuffler de la rage contre la souffrance, la solitude et la tristesse. *Artpop* est une libération artistique passant par un show très coloré, inspiré du pop art de Jeff Koons, mais aussi du monde des mangas de Murakami. L'ensemble est toujours aussi joyeux et énergique.

Lady Gaga garde ce contact privilégié avec ses *Little Monsters* qu'elle couvre de cadeaux (lancés dans la foule) et ceux-ci le lui rendent bien en lançant sur elle de quoi se vêtir, des nounours et des mots d'amour (elle lira même la lettre d'un gay la remerciant de lui avoir sauvé la vie).

Néanmoins plus sage que ses précédents shows, cet Artpop Ball a pour lui de véhiculer dans la bonne humeur et avec de sacrés moyens des idées positives et saines de tolérance qui sont toujours bonnes à prendre. ■

THIERRY COLJON