

# Rock Werchter explose les prix des tickets

## CONCERTS Une surenchère complètement rock'n'roll

- ▶ L'entrée pour les « gros » festivals coûte de plus en plus cher.
- ▶ La tendance est mondiale et il serait difficile d'y échapper.
- ▶ Les stars ne sont pas les dernières à pousser à l'inflation des prix.

La saison des festivals est encore loin, mais les plus gros d'entre eux commencent déjà. Werchter, en tout cas. Après avoir fait savoir qu'il aurait lieu une semaine plus tôt que d'habitude, histoire de bénéficier de la présence d'une « star » à l'agenda exigeant, les organisateurs viennent de lâcher le nom de trois d'entre elles : les Foo Fighters de Dave Grohl, Pharrell Williams le faiseur de pluie et de beau temps dans les hit-parades et les énormissimes Muse seront de la partie du 25 au 28 juin 2015. Mais un billet vendu à 226€ contre 205€ en 2014, ça fait une fameuse différence, surtout en temps de crise !

Pourtant dans l'esprit de beaucoup, Werchter reste l'événement annuel auquel il faut participer quel qu'en soit le prix. Partant de là, la majorité des festivaliers n'a pas pour principal souci le tarif du précieux sésame. Nos collègues du *Standaard* le soulignaient encore ce mercredi.

De fait, il suffit de lire les commentaires postés sur la page Facebook de l'événement. On y croise plus d'un fan habitué, qui fréquente, en été, la plaine brabançonne depuis vingt, vingt-cinq voire trente ans. Et les plus accros ne s'offusquent pas de ce que ça leur coûte mais plutôt de ne pas avoir été avertis des préventes « vip ». Comprenez celles qui sont réservées aux porteurs de bracelets de l'an dernier qui avaient eu la bonne idée de se faire enregistrer.

« Werchter récompense les gens

*qui s'enregistrent, pas les gens qui viennent tous les ans »,* se plaint par exemple Elodie. En réalité, Werchter est rarement « sold out » en deux ou trois jours comme Tomorrowland. Mais à lire toutes ces réactions sur les réseaux sociaux, le coup du bracelet « en vente vip » ressemble à un joli coup de marketing, dont l'objectif est de créer l'excitation dans le public.

Si jusqu'ici, le prix du ticket importe peu, l'affiche n'est pas non plus un élément décisif dans le geste d'achat. A Werchter, il suffit d'annoncer trois headliners six mois à l'avance, et l'affaire paraît dans le sac !

« Je trouve quand même étrange que ce sont toujours les mêmes qui sont les têtes d'affiche de nos festivals d'été, commente Jochen sur cette même page Facebook, et qu'ils peuvent toujours compter sur le soutien du grand public car on arrive toujours au sold out. Tout le monde se montre à chaque fois très enthousiaste à propos des mêmes groupes qui reviennent chaque année. Peut-être est-ce pour cette raison que les organisateurs de grands festivals comme Rock Werchter réfléchissent en termes commerciaux, en jouant ainsi la sûreté ? L'un dans l'autre, je trouve que ça devient quand même un peu ennuyeux et sans âme. »

A cette heure, Jochen n'a trouvé aucun contradicteur. Il n'y aurait donc finalement que les organisateurs pour consacrer de l'attention à ce qu'il faudra dé-

boursier pour en être. A Esperanza, où les organisateurs peuvent aussi compter sur un public fidèle, on dit, au contraire, tout faire pour garder des prix bas.

« C'est au prix de gros efforts et d'une politique très stricte, précise Jean-Yves Laffineur. Nous refusons de flamber dans les cachets pour avoir la tête d'affiche qui va soi-disant permettre de remplir le festival. Nous essayons de nous tenir à cette politique, même si c'est très, très difficile. Nous sommes peu subsidiés, et nous avons peu de sponsors. »

Mais quid alors des festivals comme Werchter bien sponsorisés où les tarifs n'en sont pas

moins fort élevés ? « J'ai parfois du mal à les comprendre, reprend Jean-Yves Laffineur. Il y a certainement un business là derrière, qui doit rapporter, mais voilà, nous ne sommes pas dans cette logique-là. »

Aux Ardentes, où le prix du billet a peu varié depuis quatre ou cinq ans, le raisonnement n'est pas différent. « Il y a eu une petite hausse de prix en 2014, commente Fabrice Lamproye, mais de moins de 10 % et vraiment justifiée par un gros investissement dans l'affiche. Dans la mesure du possible, nous essayons de maintenir un prix stable, mais il est clair que tout augmente, qu'il s'agisse des services, des fournisseurs, du prix de l'énergie... Et les cachets des artistes, clairement ! » Tiendrait-on les « coupables » ? ■

DIDIER STIERS

**HAUSSE DES CACHETS****Un jeu d'échecs**

Aujourd'hui, les artistes ne vendent plus de disques, entend-on souvent. Et donc, sont « obligés » de se rattraper sur les concerts et les tournées. Tendances générales ? Certains demandent alors des cachets exorbitants ? « Il y en a, parmi ceux qui sont réellement des têtes d'affiche, dont les cachets grimpent très fort depuis quatre ou cinq ans, confirme Jean-Yves Laffineur, fondateur du festival Esperanzah ! Nous sommes dès lors régulièrement obligés de nous dire qu'untel

ou untel n'est pas pour nous. »

Si les organisateurs constatent que le nombre de zéros sur le chèque croît avec l'importance du statut de l'artiste, ils sont parfois confrontés à un sacré dilemme.

« Des offres énormes sont faites ailleurs qu'en Belgique, signale Fabrice Lamproye, des Ardentes. Nous sommes donc un peu tributaires de ce qui se passe autour de nous. » Entre autres, de ce qui émerge à l'Est : des festivals peu connus à une époque et qui, aujourd'hui, mettent sur la table une offre énorme.

Jean-François Jaspers, du Micro Festival à Liège, renvoie lui aussi à ce marché quasi mondial. « En

Europe, vu la tradition, on a aussi envie de garder certains groupes qui sont vus comme des locomotives. Même s'il s'agit souvent d'une rencontre entre offre et demande, certains festivals qui sont des institutions se soumettent du coup à des groupes qui augmentent leurs conditions financières. »

De là à imaginer que le succès d'un festival repose sur un ou deux noms à peine... « Ça me fait un peu penser à un jeu d'échecs où chacun se sert de sa position dominante. L'artiste qui peut se permettre de demander plus et le festival qui est tellement ancré qu'il peut fixer des prix plus élevés. »

D.S.

