

# Les festivals de musique ont le vent en poupe

**Les festivals de musique ont de beaux jours devant eux, un paradoxe dans une industrie qui vit depuis dix ans des heures difficiles face à la déferlante du téléchargement illégal.**

Ces dernières années, les festivals se sont multipliés et sont devenus un élément de ressources essentiel pour les artistes. C'est le cas de Coachella, considéré comme précurseur en termes d'événements musicaux aux États-Unis, et dont l'édition 2015 s'ouvre vendredi dans le désert californien, au début d'une saison chargée.

*«Je pense que les festivals de musique sont l'avenir de cette industrie. C'est le seul domaine où l'on voit beaucoup de croissance et où il y a vraiment de l'argent à gagner pour les artistes»,* estime Parag Bhandari, patron de UG Strategies, qui a récemment lancé la chaîne de télévision Uphoric, dédiée à la couverture des festivals dans le monde.

Rock in Rio USA, qui fait partie des derniers venus, prendra place sur deux week-ends en mai dans la toute nouvelle «cité du rock» de 13 hectares, en plein milieu du «strip» de Las Vegas. Version américaine du festival brésilien, Rock in Rio USA se focalise sur les grands noms dans deux catégories: le hard rock façon Metallica ou la pop avec des têtes d'affiche comme Taylor Swift.

Coachella et deux autres festivals vétérans aux États-Unis, Bonnaroo dans le Tennessee et Lollapalooza à

Chicago, sont eux issus de la scène alternative. Nés dans les années 1990, ils se veulent des découvreurs de futures stars.

Parmi les nouveaux rendez-vous, on trouve Festival of the Desert, dédié à la musique classique avec à sa tête le directeur musical de l'Opéra de Paris, Philippe Jordan, Les Eaux Claires dans le Wisconsin, consacré à l'innovation musicale et dont le chanteur de Bon Iver, Justin Vernon, assure la sélection.

Si la plus grosse partie de la croissance a été observée aux États-Unis, de nouveaux festivals ne cessent d'éclorre ailleurs et notamment en Europe, où Glastonbury en Angleterre est considéré comme l'un des pionniers des festivals de musique modernes. Lollapalooza se développe cette année avec une version berlinoise, après avoir essaimé en Argentine, au Chili et au Brésil. Ce dernier pays accueille d'ailleurs début mai la première version tropicale du festival belge Tomorrowland à Itu (Sao Paulo).

Tous les festivals ne connaissent pas le succès. Kanrocksas à Kansas City a fermé du fait de piètres ventes de billets et Lollapalooza a annulé un projet d'expansion en Israël. Mais on s'attend à ce que la recherche de

nouvelles niches et territoires se poursuive.

Eventbrite, société de San Francisco, a géré des ventes de billets pour 50.000 festivals dans le monde l'an dernier, soit 50% de hausse sur un an. *«Nous ne voyons pas de signe de ralentissement à l'horizon»,* souligne Martina Wang, directrice du marketing musical. Les jeunes générations sont la cible principale pour ce genre d'événements. *«Quand on regarde ce que fait la génération Y avec son argent, on voit qu'elle préfère acheter des expériences plutôt que des choses»,* poursuit Martina Wang.

Les festivals sont aussi une quasi garantie de revenus pour les musiciens à l'âge où peu espèrent gagner de l'argent en sortant un disque, en raison du raz-de-marée des téléchargements illégaux ou des sites de streaming. Coachella, dont les billets se vendent à toute vitesse chaque année, a engrangé 78 millions de dollars l'an dernier. Il a accueilli quelque 175.000 personnes, tout comme Glastonbury.

Par comparaison, seules 75.000 personnes ont assisté à la finale de la Coupe du monde de football l'an dernier au Brésil, même si l'événement a été suivi à la télévision dans le monde entier.

**D'APRÈS AFP**