

# Un concert, c'est bien plus qu'un concert

MUSIQUE L'expérience live se renouvelle en s'appuyant sur les technologies visuelles

- ▶ Le spectacle est de plus en plus prisé.
- ▶ Les concerts sont devenus de véritables spectacles son et vision, bien au-delà du récital.
- ▶ Ils sont aussi plus chers.

**B**eyoncé est plus grande que Coachella », titrait le *New York Times*. C'était il y a un mois après le passage de la star au festival californien, un des plus réputés du monde. C'est que personne n'avait encore vu un tel spectacle, du moins, pas en concert. Une scène remplie de centaines de danseurs, des musiciens style fanfares louisianaises, des visuels plus imposants que dans *Star Wars*, un artifice de sons, de danses hip-hop et afro, de références culturelles, de pop, de jazz, d'électro, de r'n'b, tout cela relié par la chanteuse qui se dévoilait enfin, transpirant, chantant à pleine gorge, plus vivante que jamais, deux heures de show et aucun temps mort. Clairement, ce spectacle était bien plus qu'un concert. Et s'il est une sorte de sommet inatteignable pour le commun des artistes, c'est le cas de la plupart des concerts aujourd'hui.

« Un groupe comme les Pixies qui vient jouer ses chansons sans dire un mot et qui repart, ça n'existe plus aujourd'hui », nous dit Alex Stevens, programmeur à Dour. En fait, c'est tellement anachronique que ça en est fascinant. Le live a pris la tangente, s'est émancipé du disque et du concept de « tournée promotionnelle ». Et le concert est devenu spectacle, autant visuel que sonore. Certes, cela a toujours été le cas, mais c'était réservé à l'élite, les stars et les grandes salles ou les stades. Mais depuis, disons 2003, chaque groupe ou artiste un tant soit peu établi (c'est-à-dire bénéficiant d'un minimum de budget) propose un véritable show.

Pourquoi 2003 ? Plusieurs éléments mènent à la conjoncture : la chute des ventes de CD et l'avènement du live comme première source de revenus pour les musiciens ; la technologie qui permet

bien plus de fantaisies à moindre coût ; le rock perdant son hégémonie, rejoint par l'électro et le hip-hop qui ont besoin de montrer autre chose sur scène qu'un type derrière son ordi ou ses platines ; l'importance grandissante des festivals –

soudain, chacun devait être capable de faire bouger des foules immenses. C'est aussi à cette époque que des entrepreneurs mettent en œuvre le concept marketing d'« économie de l'expérience », proposant des événements mémorables, uniques et rares qui laisseront un souvenir impérissable. « Le produit vendu, ce n'est pas tant le spectacle que le souvenir que le spectateur en gardera », dit Fons Van Dyck de Think BBDO, une boîte spécialisée dans le marketing stratégique et la communication. 2003, c'est aussi l'année où Massive Attack innove, non plus sur disque, mais sur scène, avec son immense tableau numérique connecté que le groupe utilise toujours aujourd'hui. Bref, la musique se vivra désormais avant tout en live et l'expérience se devra d'être totale.

La première conséquence est que le cachet des artistes explose. Ce n'est certes pas l'unique raison (on se souvient que Neil Young demandait déjà à l'époque près de 100 euros pour un concert acoustique...), mais c'en est bien une : « Cette idée que les artistes ont multiplié leur cachet n'est pas loin d'être un

mythe, continue Alex Stevens. Quand on voit le nombre de semi-remorques qui arrivent pour un simple concert, on se pose moins de questions. Il y a des dizaines de personnes qui travaillent sur un live, qu'il s'agisse de Justice, M.I.A., Die Antwoord ou Phoenix, des groupes connus, mais pas énormes non plus. C'est logique que les prix augmentent ».

Le fan de Pink Floyd qui va voir Roger Waters sait qu'il n'assistera pas à un simple concert, il est donc prêt à débours. Mais c'est aussi le cas du fan d'Arcade Fire, Kendrick Lamar ou de l'électronicien Max Cooper : « Ce qui m'intéresse, c'est d'immerger le spectateur dans la musique et les visuels. J'aimerais construire un live où les images seraient

projetées sur les quatre murs de la salle et le son viendrait des quatre coins », nous expliquait-il. Son et vision, tel est le credo. Au risque d'en oublier la musique ? C'est ce qu'on a parfois pu ressentir lors de grands raouts hip-hop, notamment ceux de Drake ou Kendrick Lamar. Beaucoup de visuels, un show millimétré, mais des musiciens quasi inexistantes ou laissés dans la fosse, là où ils ne gênent personne. Comme à l'opéra, en somme. Sauf que la grosse partie de la bande-son est pré-enregistrée, donnant un goût de soirée karaoké de luxe.

**« Un groupe qui vient jouer ses chansons sans dire un mot et qui repart, ça n'existe plus aujourd'hui »** ALEX STEVENS

Une dérive que pointait déjà le groupe suédois The Knife en 2013. Durant cette tournée, la musique était sur bande et les membres du groupe cachés parmi des danseurs, laissant le spectateur perdu, ne sachant ce à quoi il était en train d'assister : un ballet post-moderne ? DJ set élaboré ? Performance artistique ? Ici, le concert tend vers l'art contemporain. Une voie qu'ont également prise le compositeur néo-classique Max Richter et les pionniers de l'électro Kraftwerk (lire ci-dessous). Le premier, auteur d'un album-concept intitulé *Sleep* et spécialement conçu pour une écoute avant de s'endormir, a présenté plusieurs concerts où il joue le disque dans son entièreté (huit heures !) à des spectateurs... couchés dans des lits mis spécialement à disposition. Vivre un concert en dormant. Ou une nouvelle façon de « renouveler l'expérience du live », un questionnement qui se pose beaucoup, notamment dans le secteur du classique qui cherche à rajeunir son public.

Finalement, il n'y a plus guère que les groupes rock pour faire des concerts à l'ancienne. À l'énergie. Certains pourraient arguer qu'il faut s'appeler Nick Cave ou PJ Harvey pour tenir un large public uniquement grâce à son charisme et ses chansons. Mais là encore, le concert dépasse ses frontières, il devient grand messe. Décidément, un concert n'est jamais juste un concert. ■

## QUATRE SHOWS A NE PAS MANQUER

**Roger Waters, l'inventeur**

C'est probablement lui qui a inventé le concept, logique qu'il propose toujours un spectacle plus grand que son ancien groupe. Après être passée par Anvers, la tournée européenne « Us + Them » du fondateur de Pink Floyd terminera sa course à quelques encablures de la frontière belge, côté France, près de Lille. Au menu, du Floyd, de la politique et des effets visuels étourdissants.

Le 16 juin au stade Pierre Mauroy de Villeneuve-d'Ascq. Il reste des places.

**Thom Yorke, accompagné**

Le leader de Radiohead est de retour en solo pour une poignée de dates en Europe. Solo ? Pas tout à fait. À ses côtés, le fidèle Nigel Godrich (collaborateur depuis *The Bends* en 1995) et l'artiste visuel néerlandais Tarik Barri, déjà vu en compagnie du groupe iranien SOTE à *Bozar* qui nous avait offert une véritable expérience sensorielle. Le Néerlandais mixera des visuels en direct. Un show en son et vision.

Le 3 juin à l'AB. Complet. Possibilité de trouver des places via TicketSwap.

**Fever Ray, entre Manson et Monroe**

Le projet solo de Karin Dreijer Anderson, chanteuse de The Knife, artiste décalée et fascinante. La dernière tournée de The Knife s'apparentait à un spectacle de danse post-africaine/DJ set post-moderne ? Ce nouveau show laisse voir un commando féministe electro pop fluo et grand-guignolesque. Quelque part entre Marilyn Manson, Marilyn Monroe et Minnie Mouse. Ou quelque chose comme ça.

À voir le 8 juillet à Rock Werchter.

**Kraftwerk, du cinéma expérimental**

Les pionniers allemands de la musique électronique reviennent sur la plaine de Werchter avec leur spectacle en 3D. Ayant sillonné les plus belles salles de spectacle du monde dans lesquelles ils jouaient chacun de leurs albums, les voilà en festival, toujours à l'avant-garde. Une expérience à mi-chemin entre set electro, cinéma expérimental et art contemporain.

« Nous sommes des robots ». À voir à TW Classic le 14 juillet.