

«Faire exister une affiche comme Dour, c'est de plus en plus compliqué»

Le festival, qui en est cette année à sa 30^e édition, débutera mercredi prochain à quelques encablures de sa mythique Plaine de la Machine. Rencontre avec Alex Stevens, l'un des programmeurs.

SIMON DAMMAN

Dour déménage! Enfin, un peu: le festival quitte l'emblématique Plaine de la Machine à Feu pour aller s'installer à quelques encablures. Plus pratique? Plus praticable? Nous testerons sur place! Au-delà de l'affiche, toujours fournie, et des éventuelles surprises qu'elle nous réserve, cette courte transhumance marque déjà l'édition numéro 30. «*Le temps passe vite, répond Alex Stevens. D'un autre côté, c'est incroyable d'avoir un festival qui en est à sa 30^e édition et qui reste autant dans le coup!*» Voilà bien ce que défendent ses organisateurs. «*Nous avons aussi un public qui se renouvelle sans cesse. Mais quand je vois les éditions des années 1990 et 2000, la diversité était déjà là. De La Soul est venu en 91, Dave Clarke en 97: c'était innovant à l'époque, de faire du hip-hop ou de la techno dans un festival de rock. Finalement, nous avons réussi à rester fidèles à notre ADN malgré notre 30^e!*»

Marketing et communication

Avec les années, c'est toute une petite mythologie rock'n'roll qui s'est rattachée à l'évocation du festival. Site transformé en champ de boue par des pluies diluviennes ou en désert de poussière selon les caprices de la météo, fuites aux commodités, camping en forme d'avant-poste de l'enfer, artistes accueillis par des projectiles (Patrick Juvet, en 1996) ou alors totalement improbables et fédérant tous les publics jusqu'au plus hardcore (Rémy Bricka en 2002): ceux qui fréquentent l'entité hennuyère depuis des lunes ont des

anecdotes à raconter! Des anecdotes d'avant. Aujourd'hui, selon le slogan adopté par les organisateurs, «Dour c'est de l'amour». Et «*Doureuuh*» doit être le cri le plus souvent entendu dans la foule des festivaliers.

Autant de choses à intégrer dans le marketing de l'événement? «*Quand j'ai rejoint l'équipe il y a une dizaine d'années et que nous n'étions que sur des musiques de niche, je me suis dit qu'il n'y avait pas d'autres solutions pour toucher le public que de toucher toutes les niches.*» Dour noue alors des partenariats avec une foule de petits médias, spécialisés. «*L'autre stratégie a été, au début des années 2000, de*

lancer avec Carlo Di Antonio (ministre cdH et l'un des fondateurs du festival, NDLR) un forum sur notre site web. Il a contribué à la création d'une communauté et par ce biais, nous avons commencé à communiquer avec les festivaliers eux-mêmes.» Histoire de dégager et renforcer une identité: aller en festival, c'est au minimum et notamment pour sortir de son quotidien. «*On a toujours cette image du banquier qui arrive sur le parking de Dour avec sa grosse voiture, reprend Alex Stevens. Il ouvre son coffre, enlève son costard, se retrouve en slip et enfle son short comme tout le monde. Tout ce qui touche aux classes sociales, à la provenance est un peu aboli. L'essentiel d'un festival est de rassembler une communauté autour des mêmes idées, des mêmes envies. Aujourd'hui, sa définition même est galvaudée: toute soirée ou événement qui annonce trois groupes et un food truck se présente comme un festival...* Pour moi, les modèles sont Woodstock, le Burning Man... Aller à un festival doit continuer

à vouloir dire quelque chose. En tout cas, avoir une envie commune.»

Casse-tête

Comme depuis un paquet d'éditions, Dour, c'est près de 250 groupes et artistes, répartis sur sept scènes. On y verra ceux qui reviennent, et puis ceux qui n'ont jamais fréquenté les lieux. Compliqué d'évoluer, voire d'innover quand on n'est pas un festival dédié à un genre seulement? «*C'est un petit casse-tête chinois! Il y a dix ans, j'ai eu un peu peur pour notre modèle quand j'ai vu arriver tous ces festivals de niche. Et tous les sous-genres de Dour devenir alors mainstream sur de tels événements. La concurrence s'est développée, les ca-*

chets des artistes augmentent pour différentes raisons, les deadlines que les festivals fixent aux agents sont de plus en plus courtes... Et puis, tout s'événementialise aujourd'hui. Tout se festivalise. Les gens sont saturés d'informations. Faire exister une affiche comme Dour, la défendre sur les réseaux sociaux, l'expliquer, c'est de plus en plus compliqué.»

Ce Dour qui a commencé en 1989 avec Bernard Lavilliers et les Gangsters d'Amour du défunt Jeff Bodart est pourtant toujours bien là. «*Dour continue à fonctionner dans sa diversité: les gens aiment aller voir un truc hip hop, puis de temps en temps se décaler les oreilles sur un truc avec des guitares, vivre un moment plus rassembleur avec les Chemical Brothers parce qu'ils ont mille tubes et que c'est une grosse production...*»

Du 11 au 15/7, à Dour:
www.dourfestival.be.

Rock Werchter, la valeur sûre

Valeur sûre dans un paysage belge chargé en la matière, Werchter à l'organisation sans failles n'a que rarement été pris en défaut côté line-up. Le festival brabançon compte aujourd'hui quatre scènes, aux jauges adaptées à la «taille» de l'artiste. **L'affiche de cette année annonce notamment Anderson Paak pour un nouveau set de funk-soul tout en sourires, Arctic Monkeys pour clôturer dimanche, David Byrne des mythiques Talking Heads, Fever Ray alias l'extraterrestre Karin Dreijer, Franz Ferdinand pour une nouvelle dose de rock dansant et festif, Gorillaz, Jack White, Jorja Smith, London Grammar, Nick Cave & The Bad Seeds, Nine Inch Nails, les grunge**

Pearl Jam, Queens Of The Stone Age...

Bref, chacun dans sa catégorie, c'est du lourd. Invités francophones, Angèle et Roméo Elvis y figurent également. Un duo? Wie weet! Les organisateurs proposent aussi une nouvelle édition de l'opération North West Walls: un ensemble de containers trône dans le parc, peints par des graffeurs/street artistes de renom comme, cette année, le Français Mantra. Précision: c'est du côté de ces mêmes containers ainsi que de celui du Slope, l'une des quatre scènes, que seront installés les deux écrans géants sur lesquels vous pourrez suivre le quart de finale des Diables Rouges. Et applaudir les nouvelles roulades de Neymar. **S.D.**

Du jeudi 5 au dimanche 8/7. Parc du festival, Haachtsesteenweg, Werchter. Les tickets combi sont sold out, tout comme les tickets pour le samedi et le dimanche. Prix/jour: 102 euros.

Nouvelle édition de l'opération North West Walls: un ensemble de containers peints par des graffeurs/street artistes de renom comme, le Français Mantra.

Les Ardentes, toujours plus urbaines

Où sont passées les guitares, se demanderont peut-être certains? C'est que les programmeurs des Ardentes ont adopté voilà quelques éditions déjà une couleur urbaine prononcée, et ce virage est on ne peut plus perceptible à l'occasion de cette nouvelle édition du festival liégeois. Perceptible et totalement assumé. Jeunes rimeurs aux dents longues (Eddy De Pretto), artistes du cru (Damso, Angèle, les incontournables Caballero & JeanJass), MC's précédés par un buzz conséquent (Moha La Squale), peintures (Wiz Khalifa, Orelsan, BigFlo & Oli) et légendes du «game» (JoeyStarr et

Kool Shen alias NTM, MC Solaar) se partagent donc le gros d'une affiche sur laquelle le trip hop de Massive Attack, le ragga d'Atomic spliff, la pop de Pale Grey et le dabké dingo d'Omar Souleyman font quasiment office d'exception culturelle.

Si les Ardentes affichent leur couleur, elles ont jusqu'ici toujours réussi à préserver un petit quelque chose de convivial qui fait qu'elles restent, malgré l'embrayage sur un genre plébiscité, un festival à taille humaine. Où l'on verra même du foot cette année... **Et puis, ils ne sont pas nombreux dans ce business à**

programmer une fanfare! Une fanfare allemande qui plus est: Meute (ce 6 juillet de minuit à une heure du mat'), soit une dizaine d'hurluberlus en costumes de rigueur, c'est un répertoire de titres techno, house ou électro revus et corrigés à la sauce cuivres et percussions. Oufiti! Notez aussi: aucun ticket ne sera vendu aux portes cette année. **S.D.**

Du jeudi 5 au dimanche 8/7. Parc Astrid de Liège – Coronmeuse. Les pass 4 jours (avec ou sans camping) sont sold out, tout comme les tickets pour le jeudi. Prix/jour: 60 euros.

TEMPS FORTS

UN TUYAU? «LE LABO», SCÈNE DES DÉCOUVERTES

Tout voir à Dour reste impossible pour un être humain



normalement constitué. Des choix s'imposent!

Tout aussi sûr: **Dead Cross**, l'un des derniers projets en date dans lequel s'est lancé l'américain Mike Patton fera remuer plus d'un rockeur! Lesquels rockeurs retrouveront également **Thee Oh Sees** (photo). Les **Chemical Brothers**, c'est une garantie d'en prendre autant dans les yeux que les oreilles à condition d'aimer l'électro. On vous parie qu'il y aura du monde aux pieds d'**alt-J**, de **Bagarre**, **Booba**, **Angèle**, **Soulwax**... **Veence Hanao** et **Le Motel** furent excellents aux Nuits, comme **Blu Samu**: youpie, ils en seront aussi! Un tuyau? **Le Labo!** C'est l'une des sept scènes du festival, et le point de chute incontournable des accros aux découvertes dans tous les styles. Autre curiosité: le projet **Gangue**, une création qui réunit 3 artistes représentatifs du territoire de 3 festivals fêtant un anniversaire. Donc: Haring pour la Belgique, La Fine Équipe pour Marseille/Marsatoc (20 ans) et Fulgeance pour Caen/Nordik Impakt (20 ans itou). **S.D.**