

Ce que les concerts rapportent vraiment aux artistes

Depuis la chute des ventes de disques, le « live » fait tourner l'industrie musicale. Mais comment est redistribué l'argent des concerts ? Les artistes en profitent-ils vraiment ?

DIDIER ZACHARIE

La route. The Dragon Queen ne connaît plus que ça. Il y a 20 ans, un artiste pouvait rester chez lui à se tourner les pouces pendant que ses disques se vendaient comme des petits pains et le nourrissaient, lui, sa famille, ses amis. La seule vraie contrainte, c'était les médias. Il fallait toujours se montrer à la télé, dans les magazines. Mais voilà, les temps ont changé.

A l'aube de ce siècle, à la manière de Port-Réal dans « Game of Thrones », la Maison du disque a brûlé. D'un côté, internet et la dématérialisation de la musique ont poussé le CD vers une chute irrévocable. De l'autre, l'industrie des festivals s'est développée à grande vitesse. Alors que, depuis 50 ans, l'industrie musicale tirait la plus grande partie de ses revenus de la vente de disques, elle s'est réorganisée autour du « live ». L'or, désormais, se trouve dans les concerts et chacun (artistes, labels, tourneurs, promoteurs...) veut une part du gâteau.

Mais comment l'argent des concerts est-il redistribué ? The Dragon Queen en profite-t-il vraiment ? Cela dépend des artistes et de nombreux facteurs qu'on résumera ainsi : leur notoriété sur un territoire donné à un moment donné lors d'un événement donné. En clair, la seule règle qui tienne est celle de l'offre et de la demande. Après tout, nous sommes dans une économie libérale...

Pour mieux comprendre et visualiser ce qui traîne dans les poches de nos artistes préférés, suivons The Dragon Queen (groupe/artiste fictif inventé pour l'occasion - au contraire des intervenants, qui sont, eux, des personnes en

chair, os et métier) et imaginons différents cas de figure. The Dragon Queen sera tour à tour un groupe pop-rock belge chéri de son public, une rappeuse américaine reconnue mondialement, un groupe de metal russe réputé pour ses shows enflammés et une chanteuse populaire se produisant dans un festival. Attention, *one, two, 1, 2, 3, 4 !*

1 The Dragon Queen est un groupe de cinq personnes qui se produit au Cirque Royal.

Cela fait maintenant dix ans que The Dragon Queen écume les salles de concert. Le groupe s'est fait une petite réputation en Europe avec son premier album, profitant de la vague rock indé qui était à la mode à l'époque. De quoi, en tout cas, jouer dans des salles de 200 personnes en Allemagne, en Suisse et en Scandinavie. En France, le public est encore plus fidèle : 400 personnes en moyenne sur une dizaine de dates lors de la tournée précédente. Pas mal pour quatre gars et une fille tout droit débarqués de Gaume !

Le prochain concert est le plus important. Il marque la sortie du nouvel album. Le Cirque Royal est plein à craquer : près de 2.000 personnes. C'est Négatif, le tourneur du groupe, qui est aussi la boîte de son manager, qui organise la date. Pour une fois, l'argent devrait rentrer. En tout cas, on reste en famille. Et à la maison.

Pour cette tournée, The Dragon Queen a conçu un show visuel un peu plus élaboré que d'habitude. Tout, de la production à la promo, est pris en charge par Négatif. Qui récupérera les recettes de la billetterie. Le groupe, lui, a déjà été payé via un cachet fixe. Plus simple, plus rassurant. C'est leur manager qui leur a expliqué : « Au moins, avec un cachet fixe, tu sais ce que tu touches à l'avance. Si la soirée prend un flanc, c'est le promoteur qui prend le flanc. Tandis que si vous touchez un pourcentage sur les recettes, vous partagez les risques. » Or, en dehors de France et de Belgique, The Dragon Queen n'est jamais sûr de remplir les salles...

Sa chanteuse Emilie se souvient d'une date à Copenhague où le groupe s'était produit devant cinquante personnes à

peine. Le cachet fixe avait sauvé la mise, mais ce n'est pas pour autant que le groupe avait gagné de l'argent. Le promoteur, par contre, s'était pris une veste, d'autant que l'hôtel et le transport étaient à sa charge. Pas sûr que The Dragon Queen repasse par le Danemark de sitôt... Parfois, Emilie se dit que les choses rapporteraient plus si elle se produisait en solo. Elle fait ses comptes. Sur le cachet de 20.000 euros, après le partage avec le groupe et l'équipe, sans parler des taxes, de la part du label, elle est contente si elle touche 1.500 euros. Il y a bien les rentrées de droits d'auteur, certes, quelques cacahuètes. Il n'empêche, ne manquerait plus qu'on lui retire le statut d'artiste...

Emilie rumine mais toutes ces ruminations s'envolent dès lors qu'elle monte sur scène. Ce soir, le concert s'annonce légendaire ! Le public la porte littéralement, les nouvelles chansons sonnent à merveille, quelque chose se passe qu'elle ne peut expliquer, mais qu'elle comprend d'instinct. Elle aime tant être sur scène. Jouer en solo ? Où est le fun là-dedans ? Elle sait, elle en est persuadée. Tôt ou tard, The Dragon Queen va conquérir le monde !

2 The Dragon Queen est une rappeuse américaine qui se produit à l'Ancienne Belgique.

« Aujourd'hui, les artistes ne nous demandent plus d'argent. Ils demandent des garanties », dit le programmeur de l'AB Kurt Overbergh. A l'Ancienne Belgique, on s'est habitué aux stars américaines et à leur manière de faire les choses. The Dragon Queen est la nouvelle star du hip-hop. Son disque est en train d'exploser les compteurs. Elle aurait probablement pu remplir Forest National, mais son manager préférerait une petite salle et un sold-out rapide. C'est bon pour la cote de l'artiste - et ses demandes pour les prochains festivals d'été...

Pour l'heure, son tourneur AEG National, via sa filiale belge, a placé la rappeuse à l'AB, de quoi toucher sa com de 15 %. Mais c'est la salle qui organise. C'est-à-dire qu'elle s'occupe du son, du light-show, de la promo, de la billetterie, du nettoyage et de tout le cahier des charges à suivre à la lettre jusqu'aux

bouteilles de champagne Dom Perignon. Et les chocolats belges. Ne surtout pas oublier le chocolat. The Dragon Queen adore le chocolat !

Notre homme de l'AB reprend : « Le tourneur nous dit : "On fait dix dates en Europe et on veut récupérer 400.000 euros en bout de course. Combien la Belgique est-elle prête à nous offrir pour accueillir The Dragon Queen ?" Là-dessus, on fait nos calculs, selon le système de partage 80/20... » Le système ? 80 % des recettes de la billetterie à l'artiste, 20 % pour l'organisateur. A 30 euros la place, après les coûts, l'AB peut offrir 40.000 euros à l'artiste.

Arrive le soir du concert. Comme prévu, la salle est bondée, étouffante, tout le monde est follement excité de voir The Dragon Queen en primeur, pour la première fois en Belgique ! La diva arrive. Elle est seule sur scène, avec pour seul instrument une clé USB qu'un sbire a branché sur un laptop avec pour tâche de s'assurer que les titres s'enchaînent bien comme il faut. Sans trop de blanc entre les morceaux. Mais un peu quand même. Bref, il faut suivre la rappeuse et son flow ! Le concert est plié en une heure, il n'en est pas moins historique. Dans le « tour bus », l'artiste fait ses comptes. A part payer le sbire à la clé USB, la totalité des gains est dans sa poche. A moins que ce ne soit dans celle de son manager...

Pour l'Ancienne Belgique aussi, c'était une bonne soirée. « L'AB est rentable quand on vend 2.000 tickets dans la grande salle », nous dit Kurt Overbergh. « Si on fait sold-out dans l'AB Box (800 places) ou dans l'AB Club (280), on perd de l'argent. Même en étant subventionné à hauteur de 25 %, on a calculé qu'on devait organiser nous-mêmes 70-80 concerts par an dans la grande salle et la louer 60 fois par an pour être rentable. Nos fonds propres, on les retire du bar, de la billetterie lorsque c'est nous qui organisons, de la location de salles et du sponsoring. »

3

The Dragon Queen est un groupe de métal russe qui se produit au stade Roi Baudouin.

« Feu et Sang. » La devise de la famille Targaryen, le groupe l'a fait sienne. Pas pour rien qu'il s'est nommé The Dragon Queen. Un jour, le monde connu lui appartiendra. Pourtant, il y a une chose qui rebute le groupe, c'est cette habitude qu'ont les gens de dire : les cachets des artistes ont explosé ! Explosé ? Vraiment ? Oui, c'est vrai. Mais, en fait non !

Ce qui a vraiment explosé, ce sont les coûts de production, de transport. Et puis, un concert, ce n'est plus trois banderoles et un vieux baffle ! Un concert, aujourd'hui, c'est un spectacle total. Un spectacle qui nécessite vingt camions remorques, une centaine de techniciens, pour un show son, vision, feu et sang de première qualité. Et pas droit à l'erreur ! A-t-on droit à l'erreur devant 40.000 personnes ? Que nenni !

La production du spectacle, The Dragon Queen l'a conçue à Moscou, dans le plus grand secret, avec l'aide d'un producteur de scène américain. Lequel porte aussi la casquette de tourneur international. Il a vendu le show à des promoteurs locaux dans chaque pays d'Europe qui auront pour tâche de construire le monstre et de le vendre dans leur pays.

Greenhouse Talent, qui organise le concert de Rammstein en Belgique cet été, nous a expliqué comment, concrètement, les choses se passent avec ce genre de giga concerts : « Nous avons acheté le spectacle. Le groupe nous a dit combien il voulait recevoir et à partir de là on a calculé le budget dont on avait besoin pour organiser le concert. » En clair, la scène, le light-show, la pyrotechnie, le son et leurs techniciens sont amenés par le groupe. Tout le reste (location du stade, promotion, billetterie,

mobilité, catering, stewards, techniciens...) est à charge du promoteur. « Nous prenons le risque financier », insiste Joeri Proet de Greenhouse Talent. « Le prix des tickets a été négocié avec le manager du groupe. Pour les recettes, en dehors du bar dont les revenus reviennent au stade, on partage, comme cela se fait d'habitude, mais pas nécessairement selon le pourcentage 80/20 que vous mentionnez. »

Revenons à The Dragon Queen et mettons un hypothétique partage 70/30 en faveur de l'organisateur, qui a déjà acheté le spectacle au groupe. Après les coûts divers, The Dragon Queen s'en sort avec un cachet à six chiffres. Qu'il faudra répartir. Mais auquel on rajoutera les recettes des ventes de tee-shirts, posters, mugs ou briquets qui se vendent par milliers à l'entrée. Alors oui, c'est rentable. Oui, les cachets ont augmenté. Mais l'investissement a été conséquent ! Et toute cette main-d'œuvre, il faut la rétribuer ! Surtout, The Dragon Queen a mis 30 ans pour en arriver là, offrir un spectacle unique, immense, inoubliable ! Avez-vous jamais vu pareil spectacle ? Du feu et du sang ! L'offre et la demande. The Dragon Queen est une entreprise spécialisée dans le divertissement de masse. Et pour l'instant, elle ne connaît pas la

crise.

4

The Dragon Queen est une chanteuse populaire qui se produit en festival.

Cette année, The Dragon Queen a rempli toutes les salles du Royaume. Elle sait que sur son seul nom, elle peut attirer 30.000 personnes à venir s'entasser sur une plaine au milieu des champs. Cette année, elle a décidé de ne faire qu'un festival, plus modeste. Ils viendront tous pour elle. De quoi lui permettre de demander un cachet deux à trois fois supérieur à ce qu'elle gagne en salle. Elle trouve ça presque indécent. Pourquoi elle et pas une autre ? Mais, en même temps, pourquoi cracher dessus ? Tant que ça dure... car c'est ainsi : les festivals ratissent large. Et il y en a tellement aujourd'hui, de plus en plus, non seulement en Belgique, mais à travers le monde, qu'elle n'a que l'embaras du choix. Côté des organisateurs de festivals, par contre, c'est la guerre. Une guerre qui est aujourd'hui mondiale.

Denis Gerardy, directeur du Cirque Royal qui s'occupait du Brussels Summer Festival jusqu'à il y a quelques années, peut en témoigner : « Avant, on connaissait le cachet des artistes, c'était plus simple. De plus en plus, pour les artistes internationaux, on te demande de faire une offre. C'est-à-dire que le tourneur collecte les offres au niveau belge, européen, mondial et, en fonction, il décide de ce qu'ils font. Ils peuvent choisir entre deux festivals en Belgique, mais aussi décider de ne pas passer en Europe parce qu'un festival en Asie a fait une meilleure offre. »

En bas du programme, tout en bas, le groupe House of Starks est particulièrement heureux de partager l'affiche avec The Dragon Queen. Il espère que cela amènera du monde à son concert et, bien que le cachet qu'il touche pour cette date remboursera à peine l'essence du van, c'est bon à mettre sur le CV. Techniquement, House of Starks fait la première partie d'une star. De bon augure. Pour le moment, il apprend. Musicien, c'est un métier à plusieurs têtes. Il ne s'agit pas uniquement de faire de la musique. Il y a tout ce qui tourne autour. Et à force d'observer les jeux de pouvoir qui ont cours dans l'industrie du live, il commence par voir où sont vraiment les rentrées d'argent. Et, en ce moment, alors que les fans de The Dragon Queen investissent la plaine, House of Starks ne peut s'empêcher de se dire que le grand bénéficiaire de tout cela, le plus à même de s'asseoir un jour sur le Trône de Fer de l'industrie des concerts, c'est encore le vendeur de bières.

Le manager

Il représente l'artiste et définit avec lui une stratégie générale autour des différents pôles de l'industrie musicale : disques, tournées, droits d'auteur, synchronisation...

Le producteur de scène

C'est la structure qui va mettre de l'argent sur la table pour créer un spectacle. Ils sont surtout présents pour les gros spectacles et peuvent avoir aussi la casquette de tourneur. Il en existe très peu en Belgique pour la simple raison que le marché est trop petit.

Le tourneur (booker/agent)

Il vend le concert/l'artiste à des organisateurs de concerts et festivals. Le tourneur international chapeaute la tournée internationale et vend le groupe à des promoteurs locaux sur chaque territoire. Il touche une commission équivalente à 15 % du cachet de l'artiste lors de la transaction (moins lors des gros concerts).

Le promoteur

Il organise le concert d'un artiste sur un territoire donné.

L'opérateur de salle

Il met la salle en location. Il peut aussi être l'organisateur du concert.

Comment les acteurs de la musique se répartissent les rentrées d'argent

CIRQUE ROYAL

GROUPE
~ 20.000 € Cachet fixe
~ 200 € Merchandising
+ 8 % du cachet Droits d'auteur

INTERMÉDIAIRE
- 5 % du cachet Label

SALLE/ORGANISATEUR
~ 25 € x 2.000 places Billetterie

ANCIENNE BELGIQUE

ARTISTE
80 % de la billetterie Cachet au %
~ 500 € Merchandising
+ 8 % du cachet Droits d'auteur

INTERMÉDIAIRE
- 10 % du cachet Label
- 15 % du cachet Tourneur

SALLE/ORGANISATEUR
20 % de la billetterie Billetterie
~ 30 € x 2.000 places et entrées
diverses

STADE ROI BAUDOIN

GROUPE
~ 600.000 € Cachet fixe
~ 400.000 € Merchandising
+ 8 % du cachet Droits d'auteur

INTERMÉDIAIRE
+ 10 % du cachet Label
+ 10 % du cachet Tourneur

ORGANISATEUR
~ 90 € x 40.000 places Billetterie

FESTIVAL

ARTISTE
~ 150.000 € Cachet fixe
+ 8 % du cachet Droits d'auteur

INTERMÉDIAIRE
- 5 % du cachet Label
- 10 % du cachet Tourneur

ORGANISATEUR
~ 70 € x 30.000 places Billetterie
et entrées
diverses

360

Depuis une dizaine d'années, la plupart des maisons de disques (mais pas toutes) ont mis en place le « contrat 360° ». Explications avec Damien Waselle de [PIAS] : « Au début des années 2000, on a constaté qu'on vendait beaucoup moins de disques, mais que cela restait le pivot de l'activité. On n'était plus récompensé à travail égal. En même temps, l'industrie des festivals a explosé, les artistes sont devenus plus gourmands. On a voulu ajouter un élément dans nos contrats discographiques, c'est-à-dire un intéressement aux revenus du live à hauteur de 5 à 10 % du cachet de l'artiste (en dessous d'un certain montant, on ne demande rien). En contrepartie de cet intéressement, le label s'engage à travailler aussi autour du live, de relancer la promo au moment d'une troisième tournée, ressortir un single, bref, aider à remplir les salles, même si ça fait deux ans que l'artiste tourne autour du même disque. » Le « contrat 360° » stipule donc que pour chaque concert donné dans un territoire où le disque est distribué, un artiste reverse une part de son cachet à son label.

D. Z.

Coûts d'organisation:
TVA, taxes locales, Sabam,
promo, sécurité, frais
techniques, ...