

# ET SI LES CONCERTS DEVENAIENT UN LUXE?

LE 24 AVRIL 2011 CAPUCINE COUSIN

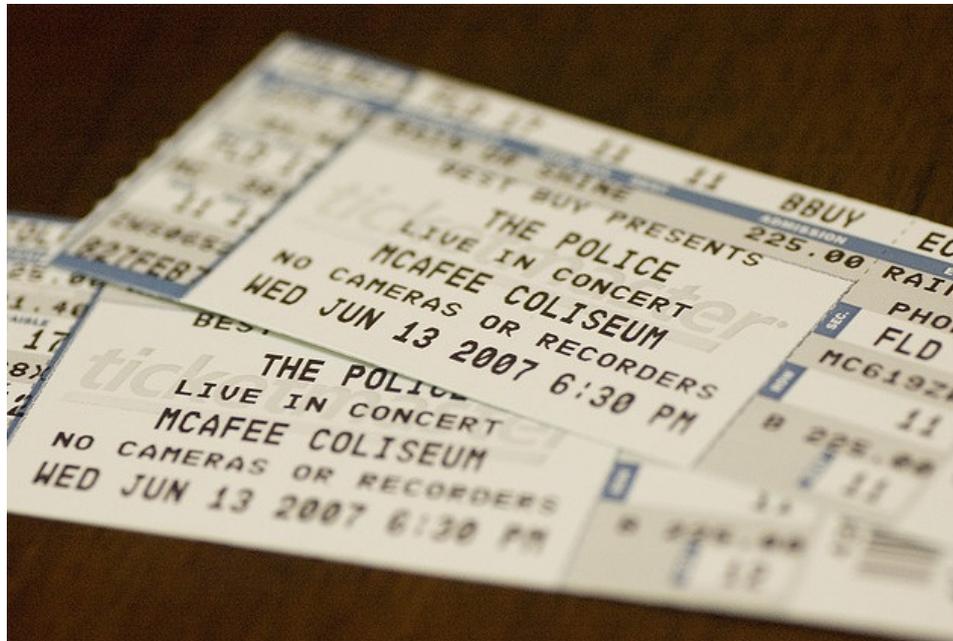
Les tarifs des concerts sont en augmentation pour le public. Une solution : gagner des places à l'occasion de jeux-concours organisés par certains acteurs de la musique. Et assister à des concerts privés.

Il y a quelques semaines, j'ai assisté à un concert de PJ Harvey à La Maroquinerie, une petite salle parisienne de quelques centaines de places, très prisée pour la qualité de son acoustique. Joli concert, j'étais à 4 mètres de PJ, que j'écoute depuis 15 ans et ses débuts avec **le très énervé et jouissif Dry**. Je n'ai pas boudé mon plaisir, malgré l'auditoire un peu froid...

Nous étions une poignée de privilégiés à voir la grande dame trash british, qui mêlait punk-rock et mélodies folk. D'autant plus privilégiés que la lady n'a donné que deux concerts en France ce printemps, à l'occasion de la sortie de son dernier album, *Let England shake* : l'un, à l'Olympia – tarifs prohibitifs (60 € la place) –, et l'autre, à La Maroquinerie, auquel j'ai donc eu la chance d'assister en tant qu'invitée... Comme l'ensemble de l'auditoire. Il s'agissait en effet d'un **"concert privé"**, auquel n'assistaient que des invités, et des gagnants à un jeu-concours organisé par les partenaires, Deezer et Arte Live Web. Eh oui ! Car ce concert organisé par la plateforme d'écoute de musique à la demande Deezer était réservé aux heureux internautes membres de sa communauté ayant gagné des places via un jeu-concours en ligne – et bien sûr aux habitués invités de ce genre d'événements.

## Des prix prohibitifs

En résumé, outre un concert à prix prohibitif pour le commun des mortels (non-invités donc), bien loin derrière les places à 30 € de sa tournée de 2002 – preuve que la star néo-punk s'est embourgeoisée ? – ce concert très privé était la seule alternative. Les concerts seraient-ils devenus un loisir de luxe ?



Ou tout simplement, ce n'est peut-être plus une activité rentable pour les maisons de production... Une étude menée sur quatre ans par le **Centre national de la chanson, des variétés et du jazz** (CNV), publiée cette semaine, montre en effet la galère pour les jeunes artistes à se produire en tournées. Sur 650 demandes d'aide à la production déposées entre 2006 et 2009 (par de jeunes artistes, mais aussi par des musiciens confirmés comme Thomas Dutronc et Jean-Louis Murat), l'étude révèle une baisse de 22% de la durée moyenne par projet et un recul de 21% de la fréquentation. Ouch...

En fait, les **"concerts privés"** sont un format, une sorte de package de luxe très marketé en plein développement. Terriblement révélateur d'une industrie musicale en pleine déconfiture. En quête de nouvelles recettes. Depuis quelques années, ce nouveau format de concert se

fait discrètement sa place dans les grilles de concerts. Il y a le cas particulier de concerts privés au premier degré – ces cas caricaturaux de chanteurs qui se produisent lors d’anniversaires de milliardaires, payés rubis sur l’ongle, ou qui font des sortes de gigantesques ménages, assurant l’ambiance musicale lors de défilés de mode ou de soirées corporate, comme **le cas récent de Sting lors d’une teuf** pour la lancement de l’Audi A8 (hélas... tout se perd).

Mais une autre sorte de “concert privé” commence à avoir les faveurs des majors : organisé par une marque, il est destiné à sa seule communauté, formé des gagnants à un jeu-concours en ligne, tirage au sort ou autre. On est bien loin du modèle de concerts simplement sponsorisés par des marques – radios, majors musicaux, marques de produits high-tech..

Des concerts qui relèvent autant de l’offre musicale que d’un nouveau package marketing, organisé – certes toujours par des radios et chaînes musicales, mais aussi des marques qui ont plus ou moins à voir avec cet univers : Deezer (le site de streaming musical) et Arte Live Web pour le concert privé de PJ Harvey, la Fnac pour ses Fnac Live (**prochain jeu-concours : Moriarty**...). L’occasion de générer des contenus exclusifs, qui seront accessibles en ligne à sa seule communauté : ce que propose SFR sur son portail **SFR Live Concerts**. Car l’opérateur téléphonique s’est lui aussi engouffré dans la brèche, en ouvrant son Studio SFR et ses showcases en 2008.

## Co-branding et charity-business

Pour d’autres, les concerts privés sont un produit d’appel marketing pour attirer la clientèle prisée des djeuns... Jackpot pour la Société Générale, qui s’est associée à Universal Music pour organiser les concerts So Music. C’est en septembre 2008, lorsqu’ils ont lancé une carte bancaire co-brandée (un “nouvel espace publicitaire” , **comme j’en parlais alors dans ce billet**), “So’ Music” , destinée aux djeuns (important de les fidéliser.. pour qu’ils restent ensuite dans ladite banque), leur offrant entre autres des places de concerts à tarifs réduits... Concerts privés organisés exclusivement pour eux. Une forme de sponsoring d’un nouveau genre, en somme.

**Même le charity business s’empare de ce format de micro-show exclusifs**. Depuis le 4 avril, plusieurs chanteurs – Raphaël ouvrirait le bal au Grand Palais – se sont succédés à des concerts privés réservés aux bénéficiaires d’un tirage au sort parmi des prêteurs (au minimum 20 euros) de MicroWorld, une plateforme de microcrédit qui met en relation prêteurs et entrepreneurs.

---

Article publié initialement sur **Miscellanees.net** sous le titre **Les “concerts privés”: les concerts sont-ils devenus un loisir de luxe ?**

Illustrations Flickr CC **Christing-O** et **Silent(e)**

### ANDIE

le 24 avril 2011 - 15:52 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Je ne connais pas vraiment le cas du co-branding appliqué aux concerts, mais pour ce qui est des concerts payants...*

*...Oui, les prix des concerts des “gros” groupes et chanteurs augmentent sans arrêt, parce que c’est là que les labels font du profit depuis que les ventes de disques baissent. C’est aussi pour ça que les “jeunes” artistes ont beaucoup de mal à trouver des tourneurs et producteurs. En effet, les producteurs mettent de plus en plus de moyens dans les gros concerts pour justifier l’augmentation des prix, et il ne reste plus d’argent pour les “petits” concerts, qui sont souvent perçus comme un investissement risqué, puisque le succès de leurs concerts n’est pas encore vérifié et garanti ! Restent alors, pour les concerts moins chers, les bars et cafés dans lesquels sont organisés des concerts au prix d’entrée plus bas, ou payés au chapeau, et où on dénicher parfois des perles rares...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FLUPKE

le 24 avril 2011 - 19:24 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Par rapport à cette “mode” des concerts privés, c’est en progression, certes, mais je pense que c’est destinés à être un produit marketing d’appel pour le grand public (d’ailleurs, vous citer l’exemple de co-branding entre universal et la société générale)*

En tant que petit amateur de concerts (je vais à environ 25/30 concerts par an, sans compter les festivals) je n'ai qu'une vision tronquée du marché, vu que je ne vois les choses que du côté spectateur, mais je pense qu'il est encore possible d'avoir une programmation intéressante tout en restant sur des tarifs assez accessibles, je me permettrai de citer quelques salles parisiennes (je ne travaille pour aucune d'entre elles!) comme le nouveau casino, la machine du moulin rouge, ou bien encore le point éphémère qui pratiquent des politiques de tarifs raisonnables (c'est à dire entre 10 et 20€ en général et jamais plus de 30€ qui est le tarif maximal)

Après, je pense que c'est aussi un problème de prix dans la capitale, ayant vécu pendant longtemps à rennes, il est certain que les tarifs à l'antipode et l'ubu ou la cité qui sont les 3 salles majeurs de musiques actuelles dans la capitale bretonne ne sont pas les mêmes qu'à paris puisque pour un même artiste il est courant de payer 10-11€ à rennes et 17-18€ à paris (je prends l'exemple du groupe "We Have Band" que j'ai vu dans les 2 villes)

Sans parler bien sûr, Andie l'a déjà bien évoqué, le problème économique de la musique live, et la difficulté à faire tourner les artistes jeunes et/ou peu connus, alors que l'on assiste depuis plusieurs années à des naissances de véritables robinets à musique (livenation, je te vois) qui sont sûr de leur rentabilité puisqu'ils dépendent de grandes majors du disque, qui pensant que puisque le cd se meurt, on tout les droits en commençant par celui de se gaver et de mettre des places à un tarif prohibitif.

Malheureusement, cela est encore plus visible au niveau des gros festivals de l'été puisqu'il m'est revenu presque aussi cher en 2009 de prendre des tickets camping + festival ainsi que les coûts de transports pour le festival des vieilles charrues que de réaliser la même opération pour le festival Sziget à budapest. Je n'ai pas hésité longtemps avant de me décider !

Et si la "course" telle qu'on la connaît ne s'arrête pas, à part quelques acteurs de "niche" (par leur concept comme les transmuseales qui se focalisent sur 80% de découvertes, et 20% de têtes d'affiches) elle va faire beaucoup de dégâts et de victime, en premier dans la variété de l'offre, puisque l'on n'aura plus que des livenation pour nous proposer des concerts de lady gaga (j'exagère, mais c'est l'idée)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### ALSVARTR

le 27 avril 2011 - 17:35 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"preuve que la star néo-punk s'est embourgeoisée ?"

Déjà PJ Harvey n'a rien de Néo punk pour être rigoureux, et même si le prix des places est honteux il faudrait quand même préciser que l'artiste ne fixe pas le prix des places je suis même pas sûr qu'on la concerte pour le fixe, si le producteur dit ça serait tant et bah c'est tant et puis c'est tout.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FLUPKE

le 1 mai 2011 - 14:14 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Alsvarttr

Je n'en suis pas si sûr que l'artiste n'est pas son mot à dire !

Pour l'exemple, je prendrais le groupe Indochine (qui n'est pas un groupe que j'apprécie, mais qui fait un exemple intéressant) qui avait mis des places à un tarif abordable pour des places pour leur concert au stade de france, l'année dernière il me semble, les places étaient vendues aux alentours de 40€ il me semble, ce qui compte tenu des tarifs des autres événements dans ce lieu reste modéré.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## 1 ping

Et si les concerts devenaient un luxe? – Owni | LY.ON le 24 avril 2011 - 14:34

[...] here to read the rest: Et si les concerts devenaient un luxe? – Owni Cette entrée a été publiée dans Industrie du luxe, avec comme mot(s)-clef(s) concerts-priv, [...]

