

# LES CONCERTS DE MOINS EN MOINS ACCESSIBLES ?

LE 26 AVRIL 2011 CAPUCINE COUSIN

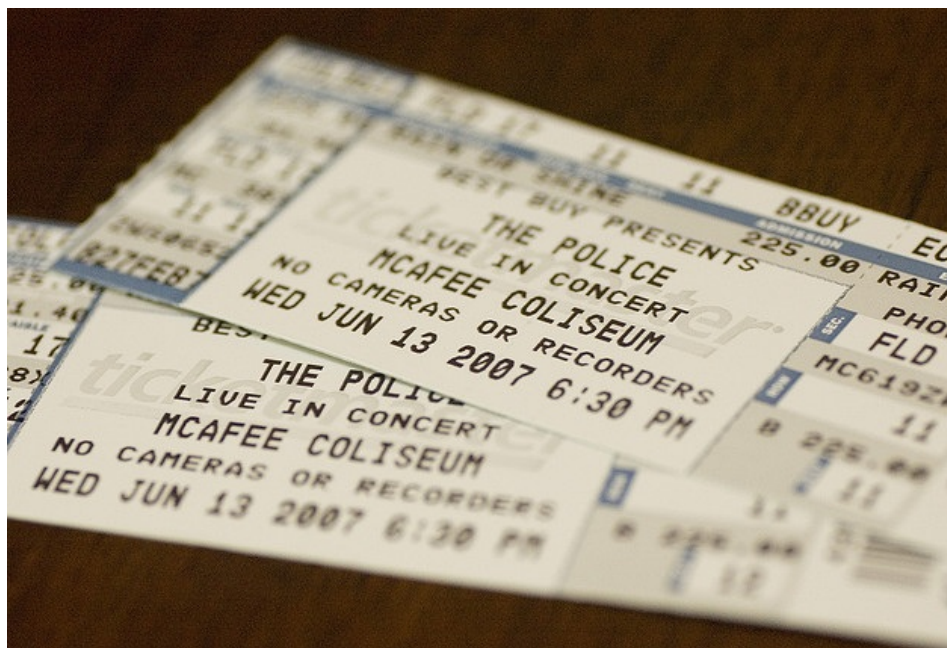
**Les concerts privés sont de plus en plus fréquents et les tarifs de plus en plus élevés. Assister à un concert serait-il devenu une activité de luxe ?**

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 K-Meron** et **Silent(e)**

### GANGHOFER JEAN-JACQUES

le 26 avril 2011 - 23:05 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*A cet excellent article , il faut ajouter aussi une baisse générale du pouvoir d’achat , qui se répercute à la fois sur les organisateurs de concerts , et donc , sur les prestations des artistes.*

*De plus , quand le prix d’un billet d’entrée devient trop onéreux , le public hésite à se déplacer.*

*Enfin , l’utilisation des nouveaux médias a un coût.*

*Ce que les jeunes consacrent aujourd’hui à leurs abonnements téléphoniques et internet , c’est ce que les jeunes d’il y a 30 ans consacraient à l’achat d’un album ou au billet d’un concert.*

*Enfin , je pense qu’il faut repenser la conception même d’un concert ;*

*Comme je l’ai déjà écrit quelque part sur Owni Music il y a un mois ou deux , il nous revient à des concerts plus spontanés.*

*Je disais ( entre-autres choses ) qu’au début des années 70 , c’étaient les techniciens qui se calaient sur la musique du groupe , et non le contraire.*

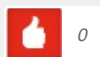
*De ce fait , en raison des obligations imposées par les techniciens , les artistes sont amenés à exécuter un concert millimétré qui ne laisse aucune place à l’improvisation.*

*Le public ne vient pas pour voir un DVD.....*

*Il faut aussi ajouter , hélas , un triste fait . Beaucoup de musiciens sont contraints de travailler avec plusieurs artistes en même temps , pour des raisons économiques.*

*Cela ne favorise pas l’émergence de la créativité musicale , même si la quantité d’artistes n’a jamais été aussi grande qu’aujourd’hui .....*

VOUS AIMEZ



VOUS N’AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

**MORGANE S.**

le 2 mai 2011 - 15:41 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Il y a aussi le phénomène SoMusic de la société générale qui en partenariat avec universal a associé à son offre jeune une carte qui donne la possibilité de s'inscrire pour peut-être avoir des invitations pour certains concert, et ajouté à ça, il y a certaine soirée avec uniquement des clients SoMusic et des VIP/journaliste/andco. À la base, c'était assez chouette, j'ai du faire 4 voir 5 concert par ans grâce à la carte, ... Puis le nombre de compte Somusic augmentant de plus en plus pour pas plus de places, c'est devenue comme la loterie c'est toujours les autres qui gagnent...*

*Ayant un père qui bosse dans le monde de la musique, j'ai vu aussi considérablement augmenter le nombre de concert privée, parfois unique date de beaucoup d'artiste, avec un public blasé l'essentiel du temps à par les 10 fans qui on réussi à se faire inviter. Un concert à Paris coutait en moyenne 25/30 euros il y a 5 ans, maintenant c'est 40...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**WILLIAM**

le 19 mars 2012 - 12:45 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

*cet article mélange tout : les concerts privés, la supposée augmentation du prix des concerts... Je ne vois pas trop le rapport.*

*Concernant les "ménages" des artistes pour des soirée privées : de quel droit les mépriser ou les juger ? Quand on fait le métier d'artiste, c'est bien un métier. Pourquoi les autres professions auraient le droit de fournir des prestations privées et pas les artistes. Ce ne sont pas des journalistes, des hommes politiques ou des agents des administrations.*

*Concernant le "sponsoring" des artistes par des marques : oui, c'est assez navrant d'en arriver là. En même temps, on n'y arrive pas, on y revient.*

*C'est assez récent dans l'histoire des arts que certains artistes (assez peu au final) vivent directement de leur art. Dans le passé, ils vivaient soit d'enseignement, soit de mécènes (souvent un mélange des deux). Ceux-ci étaient alors des princes, puis de grands barrons de l'industrie et de la finance. Aujourd'hui, les marques les remplacent.*

*Derrière tout ça, il y a une énorme dérive du droit d'auteur. Conçu au départ pour protéger les auteurs contre la rapacité des éditeurs, ceux-ci ont avec le temps réussi grande partie à le détourner à leur (plus grand) profit. Regardez les chiffres de répartition des droits. Regardez les artistes de plus en plus nombreux qui décident de se passer d'une maison de disque. Regardez les innombrables artistes qui n'ont recueilli que des miettes de leurs succès...*

*Les maisons de disques ont d'un côté littéralement spolié les artistes et de l'autre asphyxié le marché en laissant mourir les disquaires au profit des grandes surfaces, en préférant produire des "gros albums" (avec des budgets com monstreux) pour remplir les linéaires plutôt qu'une foultitude de "petits" artistes aux ventes certes plus modestes, mais rentables (faire un disque n'a jamais été aussi accessible).*

*Revenons à "l'augmentation du prix des concerts", quelles données sérieuses pour étayer ça ?*

*Pour moi, hors festivals, les prix des concerts de "stars" ont toujours été indécents. Le fait qu'un artiste passe du simple au double d'une année sur l'autre n'est pas rare non plus. Il suffit que la renommée s'étende, que le buzz se fasse...*

*A une autre échelle, qui n'a pas vu des groupes en concerts gratuits pour les retrouver l'année suivante à 20 €. Il a suffit de la sortie d'un album un peu médiatisé et de buzz, d'un passage télé ou dans une prestigieuse émission de radio musicale.*

*Il reste heureusement plein de concerts pas chers, voire gratuits. Certes, ça n'est pas à l'Olympia, au Stade de France ou à Bercy, ni même dans une boîte parisienne "renommée" (où le son est souvent scandaleusement mauvais). Il suffit souvent d'aller dans les bars, les petites salles de banlieue ou de province. Et ne croyez pas qu'on y voit des "petits" artistes.*

*Mais c'est une autre démarche que de choisir de donner ses sous aux mainstream, fussent-ils de qualité comme l'est P.J.*

*Si vous voulez que les artistes vivent, que les salles vivent et sans que ça vous ruine, si vous voulez faire de belles découvertes, c'est là qu'il faut aller.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE