

— COULISSES —

Une brève HISTOIRE DU TEMPS

Pierre-Marie Bouvery (avocat)
et Gilles Lanier (fondateur de *vivelaculture.com*)

Tandis que les professionnels réunis autour du berceau du Centre National de la Musique lui souhaitent chacun un avenir radieux, sans, pour l'instant s'accorder sur le futur métier de l'enfant, il est proposé au lecteur un voyage dans le passé : une tentative de synthèse de 50 ans (1970-2019) de la profession d'entrepreneur de spectacles musicaux et de variété en France. La tâche se révèle compliquée : pour les 30 premières années, la mémoire de ce métier n'est faite que des souvenirs des femmes et des hommes qui le composent ; en outre, plus que tout autre secteur de la musique, le spectacle vivant est à la fois acteur des mouvements sociaux et économiques de la société française, et dépendant de ces mêmes mouvements. Humble tentative donc.

1970-1980 Inspiration

« Je ne comprends pas pourquoi pour écouter un concert de pop music, il faut se mettre à 25 000 le plus sale possible et en refusant quatre sous pour entendre des musiciens qui se font payer très cher. Ceci étant dit, je n'ai rien contre la pop music¹. » Ainsi s'exprime Georges Pompidou, président de la République française, lors d'une conférence de presse en 1971 contre la tenue du Festival de musique pop d'Aix-en-Provence. Ces propos – par ailleurs presciens du débat contemporain sur le prix des billets et le cachet des artistes – illustrent la rupture adultes/jeunes révelée en France en mai 1968.

PARANOÏDE En 1970, l'ordre moral et républicain a repris la main et la jeunesse est en descente de trip. Les grands festivals hippies anglo-saxons marquent le pas pour des raisons économiques et d'organisation et, en France, la pop music fait peur. Les édiles locaux de tous bords sont dépassés par une jeunesse qui revendique sa place et qu'ils ne comprennent plus. Sous la menace de la « loi anticasseurs » votée en juillet 1970, tout regroupement d'un public jeune est, aux yeux de Ray la Matraque² et de ses préfets, suspect d'un comportement gauchiste, séditionnaire et violent. Dans ce contexte, le Festival BYG/Actuel est interdit en France et doit se tenir à la frontière belge à Amougies. En 1971, la tenue du Festival d'Aix (interdit) fait l'objet d'un débat national ; l'échec du Popanalia à Biot (de nouveau organisé par BYG/Actuel), puis le désastre du Festival d'Auvers-sur-Oise finissent par étouffer pendant plusieurs années les vellétés de créer des festivals.

1 – Cité par Johanna Amar dans *Festivals pop 70 en France ou Le souci de tous ceux qui voient un lanceur de bombe dans un amateur de rock'n'roll*, actes du colloque international organisé à l'université de Rouen Normandie en juin 2017, publié par Crimino Corpus.

2 – Surnom donné à Raymond Marcellin, ministre de l'Intérieur (1968-1974).



Pour voir Johnny Hallyday au Palais des Sports en 1971, il faut déboursier 50 francs ; pour Grateful Dead à l'Olympia, 22 francs et Gong à la salle Wagram en 1974 20 francs.

Et, pour les kobaiens, un billet de 10 francs suffit pour voir Magma à la MJC de Fresnes.



NO FUN Il ne se passe donc pas grand-chose en France durant la première moitié des années 1970 dans la pop music et plus généralement dans la musique. Rappelons pour les moins de 50 ans que la télévision française n’offre alors que deux chaînes et qu’il n’existe que quatre radios : France Inter, Europe n° 1, Radio Télé Luxembourg et Radio Monte Carlo. Même si RTL ou Europe 1 sont à cette époque les médias les plus prescripteurs pour la musique (« Musi-corama » sur Europe 1, « Pop » sur RTL), les concerts sont rares. Car la France manque de salles. « Très vite, la plupart des agents du rock à Londres m’ont reçu de façon assez extraordinaire car ils ne voulaient plus travailler en France. Il n’y avait pas de salle à la dimension du rock ni aucune structure de production créative : backstages, gardes du corps, limousines, arrangements avec les hôtels, créativité des tickets, liaisons avec les autorités, etc. », rappelle Albert Koski, fondateur en 1972 de KCP (Koski Cauchoix Productions). À Paris, les concerts se tiennent dans quelques lieux : le Palais des Sports, le Parc des Expositions, la Mutualité, l’Olympia, le Bataclan, etc.



Une brève HISTOIRE DU TEMPS

— COULISSES —



*Avec la légère brise
de renouveau apportée
par l'élection de Valéry
Giscard d'Estaing,
l'étau du bien-pensant
et de la morale
pompidolienne
se desserre*

Mire d'étalonnage ❶

Guitare électrique ❷

Voir Gainsbourg
au Palace (1979) ❸

LES BARBARES En province, les temps sont plus durs encore. Si les grandes villes de France peuvent accueillir des artistes internationaux ou nationaux de grande renommée dans des stades, des arènes, des palais des sports ou des parcs des expositions à l'acoustique baroque et aux lumières incertaines, la diffusion d'artistes de moindre notoriété est quasi inexistante. C'est alors le temps des chapiteaux. « On les louait souvent à une famille de forains, les Fanny, qui arrivait avec une dizaine de gros bras qui montaient les grosses structures métalliques. Avec les Fanny, pas de papier, pas de facture... », se souvient Jules Frutos (Alias).

La crainte de la « subversion gauchiste » conduit les municipalités à fermer les portes aux concerts de pop. Ainsi, par exemple, profitant d'incidents intervenus à l'occasion du concert de Led Zeppelin au stade Gerland le 26 mars 1973, le maire de Lyon, Louis Pradel, vitupère : « Plus de musique de sauvages dans ma ville ! » et fait voter un arrêté municipal précisant que toute musique autre que classique ou d'opéra devient indésirable dans les salles municipales. Cet arrêté s'appliquera pendant trois ans...

Restent alors les réseaux informels des universités, de quelques MJC et clubs/discothèques, voire de quelques prêtres bienveillants qui ouvrent leurs portes à la pop : Soft Machine à l'église Saint-Étienne de Lille en 1971 (20 francs), Tangerine Dream + Nico + John Cale + Brian Eno à la cathédrale de Reims en 1974 (20 francs).

En 1973, seuls 2 % des Français de plus de 15 ans habitant dans des communes rurales ont assisté à un concert de rock ou jazz au cours des 12 derniers mois, contre 18 % pour les habitants de Paris intra-muros¹.

CHOUANS, EN AVANT ! Durant cette période, alors que la jeunesse est « pop », la comédie musicale, elle, est « rock ». Après le succès de *Hair* – perturbé néanmoins par les manifestations de l'Armée du salut et d'autres ligues morales – vont surtout se succéder durant les années 1970 des opéras-rocks : *La Révolution française*, *Gomina*, *Megalopolis*, *Mayflower* et pour finir *Starmania* en 1979.

Ces spectacles préfigurent deux particularités de la plupart des comédies musicales *made in France* : un spectacle principalement constitué de chansons up tempo adaptées au format radio, et la commercialisation d'un album avant le début des représentations. Le succès de l'album conditionne même la production du spectacle : après un accueil plus que mitigé des albums *36 Front Populaire*, ou *Hamlet*, de Johnny Hallyday, ces projets ne seront jamais montés en spectacle.

1 – Étude SER 1973-2008 sur la consommation culturelle des Français.



80s

3

**En 1979, voir Gainsbourg au Palace**

ou Higelin au pavillon Baltard coûte respectivement 60 et 40 francs, les Who au pavillon de Pantin 45 francs et un bon encore jeune Dr. Feelgood, 35 francs au Bataclan. The B-52's au Palace : 70 francs, c'est trop cher, on n'y va pas.

C'EST L'HISTOIRE D'UN MEC On rigole peu au début des années 1970. Bourvil, Francis Blanche, Fernandel et Fernand Raynaud ont quitté la scène et mis à part l'humour du Splendid ou du café de la Gare alors réservé à quelques Parisiens initiés, ou encore celui de Zouc ou d'Alex Métayer dans les circuits des maisons de la culture, règne à cette époque l'humour « à la papa » des chansonniers et des cabarets.

C'est cet humour qu'affectionnent la télévision et la radio (« C'est pas sérieux » sur la Télévision Française 1, « Les Jeux de 20 heures » sur la toute récente France Région 3, « L'Oreille en coin » sur France Inter, etc.). Mais, au milieu de la décennie, deux humoristes d'un nouveau genre émergent et marquent leur époque : Coluche et Thierry Le Luron et avec eux, leur producteur, Paul Lederman.

ROCK À LA RADIO Avec la légère brise de renouveau apportée par l'élection de Valéry Giscard d'Estaing, l'état du bien-pensant et de la morale pompidolienne se desserre. Au mitan des années 1970, le message politique porté par la pop music s'étiole et la pop (re ?) devient rock. Entre 1978 et 1982, on compte sur la nouvelle bande FM plusieurs centaines de radios dites « pirates » puis « libres » puis commerciales... : le rock investit le hit-parade en chassant le disco. De nouveaux lieux s'ouvrent à Paris : le pavillon de Pantin, le pavillon Baltard, l'Élysée Montmartre, le Palace, le Rose Bonbon, les Bains Douches, etc. Ce sont les années KCP et Zéro Productions (Bernardin/Camus), alors principaux promoteurs d'artistes internationaux de rock. Ce sont également, dans la variété, les années Camus, Hubert et CWP.



Une brève HISTOIRE DU TEMPS

— COULISSES —

HEXAGONE En province, les lieux de diffusion restent rares. Au moins note-t-on la naissance de plusieurs festivals : Mont-de-Marsan (1976), Le Printemps de Bourges (1977), Élixir (1979), Les Trans Musicales de Rennes (1979) et l'émergence d'artistes non parisiens : Étienne Daho, Marquis de Sade, Starshooter, The Dogs, etc. Ainsi, pour 50 francs, les chanceux Lyonnais peuvent assister le 29 juillet 1978 au théâtre antique de Fourvière au festival new wave French Connection, en soutien à la fermeture du Rock'n'roll Mops. Outre les Parisiens Téléphone et Bijou, s'y produisent notamment les régionaux de l'étape : Starshooter, Marie et les Garçons et Ganafoul et les Havrais de Little Bob Story.

IL FAUT TOUJOURS UN PERDANT Que retenir de la dimension politique de cette décennie, si ce n'est le désintérêt manifeste des pouvoirs publics pour la culture populaire et particulièrement la musique ? L'instauration de la taxe parafiscale sur les spectacles de variété mise à part (moitié moindre que celle sur les spectacles dramatiques et gérée par le Fonds de soutien au théâtre privé), la seule avancée sociale des années 1970 consiste dans la création de l'Afdas et du Griss¹.

Quant aux aides, l'État et les collectivités publiques appliquent à la lettre les termes de l'ordonnance de 1945 qui les réserve aux « spectacles [...] qui paraissent plus particulièrement dignes d'encouragement, et notamment ceux qui ont pour objet principal l'éducation et la propagande artistique [...] ». Autant dire que rares sont les spectacles de ce que l'on nomme désormais « musiques actuelles », d'humour et de variété à en bénéficier... Ainsi, en 1980, le budget gouvernemental consacré au rock, à la chanson aux variétés et au jazz est de 0 franc...²

IL EST LIBRE MAX La nature ayant horreur du vide, cette période voit naître les entrepreneurs « sans lieux », les organisateurs de tournées, nouveaux intermédiaires entre les artistes et le public.

Véritable tiers état de l'ordonnance de 1945, les « entrepreneurs de spectacles forains, exhibitions de chant et de danse dans les lieux publics et tous spectacles de curiosités ou de variété » créent de façon empirique une pratique contractuelle verbale – le fax n'existe pas encore et le télex n'est réservé qu'à certains. Jules Frutos rappelle qu'à l'époque, « on organisait un concert sur la foi d'un simple échange téléphonique. L'essentiel se déroulait au moment de la représentation : on se mettait d'accord le soir même avec l'artiste en fonction de la recette. »

Le spectacle vivant privé entretient alors des rapports lointains avec les organismes privés et publics – dont l'administration fiscale – dans une économie fondée en bonne partie sur l'argent liquide. Près de la moitié des billets sont généralement vendus au moment de la représentation.

1 – Rappelons que l'accès des artistes-interprètes au statut de salarié et, accompagnés des techniciens du spectacle, au régime de l'intermittence date de 1969.

2 – Dorian Kelberg, *La Chanson française et les pouvoirs publics*, thèse de l'université de droit d'Aix-Marseille, tome 2, p. 39, publiée aux Presses universitaires d'Aix-Marseille en 1997.



1



2

1 Le festival Elixir, cofondé par le producteur de spectacles Gérard Pont s'est tenu de 1979 à 1987 dans différents lieux de Bretagne, Toulouse et Athènes. Premier gros festival rock en France, il a accueilli de nombreux artistes internationaux (The Clash, Leonard Cohen, The Cure, Depeche Mode etc.)

2 Premier festival européen punk

1981-2005 Extension

« La culture est l'ensemble de nos modes de vie et de pensée. [...] Le socialisme, c'est d'abord un projet culturel, c'est moins un choix de société qu'un choix de civilisation : en vérité, un choix de vie ou plutôt un choix de survie¹. » Ainsi s'exprime à la tribune de l'Unesco celui qui, moins de deux mois plus tard, devient président de la République française. Cette conception extensive du « tout-culture » mise en œuvre par le couple Mitterrand-Lang constitue un véritable point de rupture avec la vision hiérarchique du couple de Gaulle-Malraux d'une « culture des lettres, des arts et des sciences » qui, isolée et supérieure aux « expressions sociales », ne saurait être portée que par des chefs-d'œuvre. C'est durant cette période que s'édifie progressivement la structure professionnelle et économique actuelle du spectacle vivant, sous l'impulsion des pouvoirs publics et grâce à un contexte économique favorable pour les médias et l'industrie phonographique.

ONE VISION Reconnues désormais comme partie intégrante de la culture, mais aussi comme outil et vecteur de cohésion sociale et d'aménagement du territoire, les « musiques d'aujourd'hui » (jazz, rock et variétés) bénéficient pour la première fois d'un budget propre : partant d'un montant symbolique de 500 000 francs en 1981, il progressera régulièrement jusqu'à devenir 10 fois supérieur en 1996². Initialement centralisée puis progressivement déconcentrée auprès des DRAC, une partie des budgets concerne directement la diffusion du spectacle vivant et permet progressivement un accueil enfin décent des artistes et du public³.

Outre l'aide aux festivals, on doit bien évidemment citer le Programme Zénith : en 2005, plus des deux tiers des actuels Zéniths sont en activité, la majeure partie datant des années 1990. S'agissant des lieux de plus petites capacités, retenons la politique d'agencement des lieux musicaux lancée à partir de 1988-1989, puis le programme « cafés-musiques » remplacé à partir de 1996 par le dispositif de labellisation SMAC.

Dans la province alors en déficit de salles, la politique culturelle de l'État a donné l'impulsion qui a permis le développement de ces nouveaux lieux de représentation. Mais le financement de leur construction, équipement et exploitation (hors Zéniths) est principalement assuré par les collectivités territoriales, municipalités en tête.

1 — Déclaration de M. François Mitterrand, candidat du PS à l'élection présidentielle de 1981, au Symposium international sur la science et la culture, sur les propositions socialistes sur la culture, Paris le 19 mars 1981.

2 — Sans compter le budget dédié à la formation et l'information et les crédits d'équipement. In *La Chanson française et les pouvoirs publics, op. cit.*, p. 40.

3 — N'oublions pas qu'un grand nombre d'actions ou de dispositifs dirigés vers la création ont indirectement bénéficié au spectacle vivant telle la création du Studio des Variétés en 1983.

« La culture est l'ensemble de nos modes de vie et de pensée »

François Mitterrand





1 Salle Le Transbordeur à Lyon

2 Festival de musique Solidays



2

En 1984, une place pour les Cure au Zénith coûte 80 francs et pour Renaud au palais des sports d'Orléans (à l'acoustique digne d'un sous-marin), 70 francs. En 1990, un David Bowie au POPB (160 francs) vaut deux Bertignac et les Visiteurs à l'Aéronef ou deux Ride à Ornano. En 1994, un plateau Nirvana + Buzzcocks au Summum (140 francs) talonne un Nougaro au palais des sports de Paris (150 francs). En 2000, l'hésitation reste permise entre un Mylène Farmer au palais des sports de Lyon (235-264 francs) ou deux Muse à l'Élysée Montmartre (132 francs). En 2005, il faut se décider : soit un Véronique Sanson à la Bourse du travail de Lyon (37 euros), soit un NIN au Zénith de Paris (39,50 euros).

WIND OF CHANGE La création d'une salle de spectacles devient même une promesse électorale (parfois non tenue), comme lors des élections municipales de Lyon en 1983. Ainsi, aux côtés d'initiatives privées telles que la construction de l'Exocet à Rouen, ou l'ouverture de certaines discothèques à une programmation de concerts, à partir de 1983, s'ouvrent les portes du Bikini, du Plan, de l'Ubu, du Transbordeur, de l'Aéronef, de l'Olympic, etc. Puis, à compter de 1998 et jusqu'au milieu des années 2000, près de 70 salles labellisées SMAC sont inaugurées dans toute la France. En province toujours, mais aussi en région parisienne, naissent en une quinzaine d'années près d'un millier de festivals dédiés aux « musiques actuelles » – ainsi qu'on les dénomme à partir des années 1990 – à la chanson ou pluridisciplinaires, intégrant des spectacles d'humour¹. Citons, pour les plus notoires, les Eurockéennes (1989), les Vieilles Charrues (1992), Garorock (1997), Solidays et Marsatac (1999), Musilac (2002), les Nuits sonores (2003), Rock en Seine (2004), le Main Square et le Cabaret Vert (2005). En 2005, les festivals représentent 11 % des entrées des spectacles relevant du CNV.

La politique volontariste de l'État et son mode de financement conduisent rapidement à une juxtaposition de deux mondes : celui commercial/privé de la production et des tournées, et celui associatif/public de la diffusion dans les festivals et les lieux labellisés SMAC ou assimilés.

Le tropisme associatif relève d'abord d'un choix idéologique : la culture, bien public, ne saurait être laissée aux mains du monde marchand. Il est également guidé par les avantages offerts aux associations : facilité de création, faculté de recourir aux emplois aidés et aux objecteurs de conscience et surtout libre accès aux subventions, dont les sociétés commerciales se voient en grande partie privées à partir de 1982.

En 2005, le secteur associatif représente 45 % des représentations des spectacles relevant du CNV et le secteur public 14 %, laissant au secteur privé 40 % des représentations (mais 79 % des recettes).

MA PETITE ENTREPRISE Pour autant, le secteur privé n'est pas délaissé : à partir de 1986, il bénéficie des premières subventions versées par les organismes de gestion collective et le taux de TVA est abaissé. De plus, à l'initiative des producteurs de spectacles est créé le Fonds de soutien chanson, variétés, jazz, auquel se substitue le CNV en 2002. Si le déploiement du programme Zénith traîne les pieds durant les années 1980, le public parisien et les artistes de rock et de variété de grande notoriété disposent depuis 1984 de nouveaux lieux de grande capacité aux conditions d'accueil enfin adaptées : le Zénith et le POPB. En 1998 s'ajoute le Stade de France.

1 – Chiffres tirés de l'étude conduite par le CNV, l'IRMA et la Sacem, *La Carte des festivals en 2013*, disponible sur le site du CNV.



1

NUIT MAGIQUE Les années 1980-1990 vont connaître l'implication dans le spectacle vivant d'un acteur jusque-là très discret : les maisons de disques. La combinaison du lancement du CD (1983), de la baisse de la TVA (1987) et de l'accès à la pub télé (1988) permet à l'édition phonographique de doubler son chiffre d'affaires entre 1988 et 2002, pour atteindre plus d'1,2 milliard de francs. La pratique du tour support se développe ainsi jusqu'en 2005.

Durant cette même période, aux réseaux FM qui se constituent s'ajoute la télévision avec la naissance de nouvelles chaînes : MTV (1981), Canal+ (1984), TV6 puis M6 (1986) MCM (1989). Apparaissent aussi des émissions sur les chaînes hertziennes aux heures de grande écoute, comme Les Enfants du rock (Antenne 2 1982-1988), le Top 50 (Canal + 1984-1993) ou encore les Victoires de la musique (Antenne 2 1985).

L'équation est trouvée : marché du disque en croissance + nouvelles fenêtres d'exposition = apparition de nouveaux artistes, à Paris comme en province. C'est l'émergence de la génération Top 50 : Vanessa Paradis, Mylène Farmer, Les Rita Mitsouko, etc., puis de la première « nouvelle scène française » inaugurée par Miossec, Dominique A et Thomas Fersen, suivie de la seconde génération des Bénabar, Vincent Delerm et Keren Ann.

« On a trouvé dans les années 1990, un équilibre entre l'offre et la demande et une cadence harmonieuse entre le temps de développement d'un artiste en disque et celui dont nous avons besoin pour le spectacle en France et à l'étranger. Les maisons de disques nous regardaient travailler de loin en nous aidant régulièrement mais sans y prêter un vrai intérêt », se souvient Jules Frutos.



2

ANTENNE



3

« Les maisons de disques nous regardaient travailler de loin en nous aidant régulièrement mais sans y prêter un vrai intérêt »

Jules Frutos



Naissance du CD et logo Top 50 1

Célèbre logo de la chaîne MTV 2

Logo de la chaîne de télévision Antenne 2 3

L'ADDITION La radio et surtout la télévision jouent un rôle majeur dans l'émergence et la promotion des humoristes francophones, y compris en dehors des périodes de tournée. Grâce à la succession d'émissions dédiées [« Le petit théâtre de Bouvard » (1982-1985), « Merci Bernard » (1982-1984), « La Classe » (1987-2005), « Rien à cirer » (1991-1996)], la télévision fait découvrir les générations successives d'artistes d'humour. En outre, la naissance à la radio et à la télévision d'émissions de divertissement ou d'*infotainment* offre aux humoristes chroniqueurs ou aux panélistes une présence promotionnelle quasi constante entre tournées et projets cinématographiques.

« Jusqu'au début des années 1990, ni les producteurs ni les artistes n'imaginaient se produire dans des grandes salles. À Paris, on s'en tenait aux salles de 600-700 places, le palais des Glaces, le Splendid, le théâtre Grévin, etc., et au mieux on faisait un Olympia. Les tournées dans des grandes salles de province de type Zénith n'ont commencé qu'au milieu des années 1990 avec Jean-Marie Bigard et Muriel Robin. L'avènement du micro sans fil qui permet des déplacements et une mise en scène/scénographie adaptée à ces grands plateaux ont facilité cet accès aux grandes salles », se rappelle Gilles Petit (Little Bros).

Les producteurs Roland Hubert et Paul Lederman passent de belles années 1980, le dernier commençant en fanfare les années 1990 avec les Inconnus. Viennent ensuite Jimmy Lévy et les Québécois de Juste pour Rire. Le climax de cette expansion des spectacles d'humour reste sans nul doute un événement non encore réédité par d'autres humoristes du spectacle à ce jour : le one man show de Jean-Marie Bigard au Stade de France en 2004.





1

LES ROIS DU MONDE Le succès en 1980 des *Misérables* au palais des Congrès ne relance pas l'intérêt des Français pour les comédies musicales, à l'exception de celles destinées aux enfants : les lapins de Chantal Goya sillonnent la France et *Émilie Jolie* rencontre un certain succès en 1984 au Cirque d'hiver.

Au cours des années 1990, exceptions faites du *reboot* québécois de *Starmania* et des spectacles musicaux de Roger Louret, les quelques tentatives de comédies musicales ambitieuses ne trouvent pas leur public.

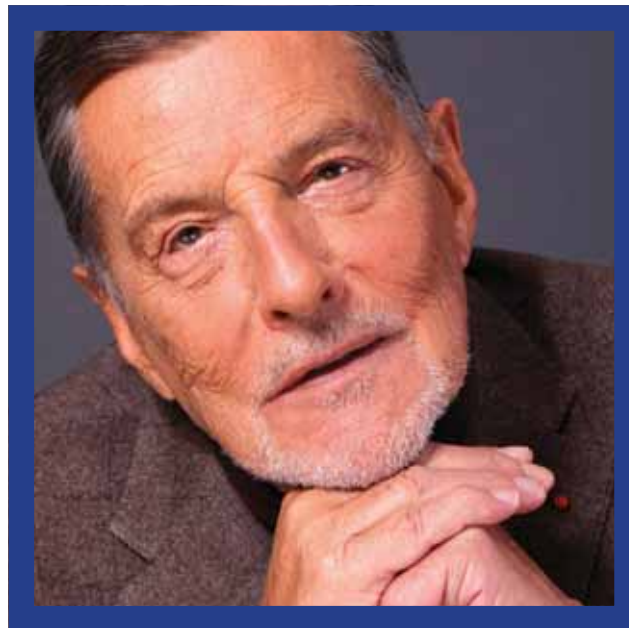
Mais, en 1998, découverte de la pierre philosophale : *Notre-Dame de Paris*. Les Français aimeraient-ils enfin le musical à l'instar des Anglo-Saxons ? Pas si sûr : plus d'une dizaine de grosses productions se succèdent jusqu'en 2005, mais moins de la moitié sont de véritables succès publics.

La production française crée alors un modèle d'affaires périlleux qui revient à produire un film qui ne passerait que dans une seule salle et dont on brûlerait chaque soir la pellicule. « En France, la production d'une comédie musicale signifie l'engagement financier initial de 3 ou 4 millions d'euros. [...] J'ai donc perdu entre 500 000 et 1 million pour chaque échec ! », se souvient Jean-Claude Camus.

Le modèle à la française de ces superspectacles de variété repose sur deux éléments principaux : toujours un succès de plusieurs singles en amont de la première date de représentation pour assurer les préventes, et désormais un partenaire média (de préférence TF1 ou M6) pour remplir une grande salle parisienne, puis celles de province. Une fois le succès parisien acquis, c'est la tournée qui permettra de réaliser le bénéfice de l'opération.

Entre 2000 et 2005, l'équipe gagnante est sans conteste le duo Attia/Cohen, enchaînant plus de la moitié des succès de cette période, dont celui des *Dix Commandements*.

1 — Jean-Claude Camus, *ibid.*, p. 274.



2

DU CIMENT SOUS LES PLAINES C'est au cours des années 1990 que la profession du spectacle vivant s'organise et se structure : le Syndicat national des producteurs de spectacles se crée en 1984, accueille les organisateurs au milieu des années 1990 pour devenir le Synpos, et devient le PRODISS en 2000 en y associant le syndicat des salles de spectacles. Les modifications apportées en 1999 à l'ordonnance de 1945 prennent enfin en considération les principaux métiers avec une approche, cette fois, socio-économique et non plus fondée sur les bonnes mœurs ou une prétendue hiérarchie des arts du spectacle vivant.

Les différentes aides publiques et subventions et le déploiement de la réglementation du travail resserrent les liens entre le monde du spectacle vivant et celui des administrations fiscales, sociales et des organismes de gestion collective. La profession est conduite progressivement à intégrer dans son exercice les règles et les contraintes qu'ils imposent.

Avec le développement des moyens de communication à distance (téléx, puis fax, puis e-mail), on passe de l'âge des accords oraux à celui de l'écrit.

L'usage des cartes bancaires et le développement de la billetterie électronique font progressivement disparaître l'argent liquide. Et les billets de concerts sont devenus moches.

Editors au Festival les inRock's 2007 pour 28,50 euros ou Queens of the Stone Age à la Cigale pour 26,50 euros, entre nous, c'est donné. En 2009, Alain Bashung pour 44 euros ou Valérie Lemerrier à 39,50 euros à l'Olympia : on prend les deux. *Mozart, l'opéra rock* à la patinoire de Mériadeck pour 68 euros en 2011 ? Mille fois oui. Et pour Metallica en 2012 au Stade de France : à 50,80 euros, la vérité, c'est cadeau.

1 Backstage

2 Portrait de Jean-Claude Camus, producteur de spectacles — Crédit photo : © Starface



2005-2012 Flexion

« Un métier qui se prend sur le tard l'industrie dans la gueule. » Ainsi s'exprime en 2010, en parlant du métier d'entrepreneur de spectacles, Jules Frutos, alors président du PRODISS¹.

COUP DE BOULE La crise du disque amorcée à l'étranger au tournant des années 2000 atteint la France qui résistait jusqu'alors grâce à l'importance de son marché local. La première conséquence pour le spectacle vivant est la réduction des investissements des maisons de disques (et des éditeurs) dans le tour support : divisés par deux entre 2006 et 2009, ils finissent par quasiment disparaître.

La seconde conséquence est plus structurante : autrefois partenaires éloignés des producteurs de spectacles, les producteurs phonographiques deviennent leurs concurrents directs.

Dans cette stratégie dite « 360° », le marché jusqu'alors parallèle du spectacle vivant devient désormais, pour la production phonographique, un marché induit. On note ainsi au fil des années l'acquisition par Because de Corida en 2004 puis de la Cigale en 2006, celle d'Arachnée par Sony music Entertainment en 2007, puis celle de Jean-Claude Camus Productions par Warner Music France en 2008. Seule Universal semble rester en marge, son unique incursion étant l'achat de l'Olympia en 2001. Mais sa maison mère, Vivendi, devient actionnaire majoritaire de Digitick en 2011. À côté de la croissance externe, les producteurs phonographiques indépendants lancent leurs propres structures de production de spectacles vivants.

ALL DELIGHTED PEOPLE Ce marché à forte croissance (+ 50 % de chiffre d'affaires dans le spectacle musical et de variété entre 2006 et 2012) attire de nouveaux acteurs espérant vraisemblablement y trouver la rentabilité qui fuit celui de la musique enregistrée. D'abord Fimalac, dans une stratégie verticale, après sa prise de participation dans Vega (et son portefeuille de salles et d'équipements), investit la production de spectacles : Gilbert Coullier Productions en 2010 puis Auguri en 2011. Le groupe Lagardère entre dans le *game* durant cette période en devenant actionnaire minoritaire du Zénith de Paris en 2010 puis en rachetant les Folies Bergère en 2011.

Pendant cette période, à l'exception de Stage Entertainment qui investit le théâtre Mogador en 2010, les deux multinationales du spectacle vivant observent le marché français sans y prendre une part très active. Après l'acquisition du Main Square Festival et de la majorité des parts de la société Jackie Lombard Productions en 2007, Live Nation reste discrète tout en commençant le développement d'un *roster* d'artistes français. AEG n'apparaît dans le paysage qu'en 2013, au travers de sa participation minoritaire dans le POPB (Palais omnisport de Bercy). Mais quand le silence se fait dans la plaine, c'est que les Indiens sont sur la colline...

La diffusion du spectacle vivant se poursuit avec la construction des cinq derniers Zéniths, la relance du plan SMAC, et la nouvelle passion des municipalités pour les Arenas (Liévin, Montpellier et Lille).

Durant cette période, plus de 700 festivals se créent, dont le Hellfest (2006), les Déferlantes (2007) et We love green (2011). Leur poids a déjà doublé en sept ans, représentant, en 2012, 20 % de la fréquentation et 16 % de la billetterie.

LA SUITE La comédie musicale poursuit ses activités à haut risque, alternant échecs et succès dont *Mamma Mia!*. Dove Attia et Albert Cohen continuent d'avoir la main chaude avec *Mozart*, *l'opéra rock* et *1789 : les Amants de la Bastille*.

L'humour se renouvelle sous le vent qui souffle des Amériques avec le stand-up dont Jamel Debbouze est l'étendard. Cet humour souvent communautaire et encore très masculin va non seulement remplir les *comedy clubs*, mais aussi les Zéniths, complétant l'offre de spectacles de one man shows plus traditionnels.

Avec la signature par le PRODISS, en février 2012, de la convention collective du spectacle vivant privé (après six ans de négociation), la profession poursuit sa structuration.

La pratique des contrats d'exclusivité commence à se développer : vraisemblablement par capillarité avec l'usage des contrats d'artiste importés dans le spectacle vivant par les producteurs phonographiques, mais également en raison de la demande des artistes, même en développement, de bénéficier désormais d'une participation sur les bénéfices des tournées.

1 — Cité par Stéphane Davet dans l'article du *Monde* du 24 avril 2010 : « La France conquise par Live Nation, numéro 1 du spectacle ».



Une brève HISTOIRE DU TEMPS

— COULISSES —

2013-2019 Industrialisation

« J'ai fait mes comptes : les tournées françaises de cinq à 10 concerts d'artistes anglo-saxons, ma spécialité, c'est mort. Les mecs préfèrent désormais jouer dans un seul festival : fini les camions et les bus, ils arrivent en limousine, les mains dans les poches, et ramassent beaucoup plus de pognon. Alors, j'ai décidé de changer de métier... » Ainsi intervient, en 2018, Salomon Hazot en qualité de président de Live Nation France¹.

BLITZKRIEG BOP En quatre années, Lagardère, Fimalac, AEG et Live Nation affermissent leur position tous azimuts : Lagardère (tout comme Live Nation) se porte candidate pour l'acquisition du Printemps de Bourges qui reviendra finalement à Morgane Production, prend possession du Casino de Paris, lance BilletRéduc, prend la gestion de plusieurs Arenas, se met sur les rangs (en duo avec Live Nation) pour la gestion du Zénith de Nantes et rachète le Bataclan. Fimalac poursuit son développement en achetant les sociétés de Thierry Suc et acquiert la salle Pleyel. À la corde, Vivendi fonde sa filiale de production de spectacles Olympia Prod, se lance dans la production de spectacles, et prend des participations dans le Brive Festival, Garorock et les Déferlantes.

Et les Indiens dévalent la colline... Live Nation lance les festivals I Love Techno, le Download Festival puis le Lollapalooza, rachète Nous Productions à Warner Music France (qui l'avait acquise un an seulement auparavant), prend une participation dans le festival Marsatac et poursuit son développement de producteur/tourneur d'artistes français. AEG, en casaque rouge, après sa prise de participation dans le POPB, tente une édition parisienne du festival Coachella, acquiert 30 % du festival Rock en Seine et installe les bureaux de sa filiale française à Paris en 2018. Dans la dernière ligne droite, on assiste au premier accrochage entre les deux géants : Paris Summer Jam vs Rock en Seine. Pas de vainqueur, chacun rentre au box.

À L'AMMONIAQUE Cette accélération du processus de concentration du marché est au rythme de la marche forcée qu'impose le streaming aux maisons de disques, jusqu'à alors maîtres du temps. Le développement concomitant, voire symbiotique, du streaming et de la musique urbaine, érode le tempo de l'album et son temps de développement, au profit d'une consommation instantanée de titres par un public compulsif et volatil. Un mercato s'est ouvert en quelques années, dans le disque ou le spectacle, accompagné d'une inflation des conditions financières souvent déraisonnables sur lesquelles, bien souvent, seules les filiales de grands groupes sont en mesure de s'aligner. Les artistes de la musique dite désormais « adulte » – c'est-à-dire à peu près tout sauf l'urbain – sont bien à la peine et le spectacle vivant devient, pour ceux qui ont encore la main, le seul levier financier leur permettant de compenser au moins partiellement l'inexorable déclin des revenus issus de leurs enregistrements. En 2017, les festivals représentent 25 % des entrées des spectacles en France et 25 % de la billetterie.

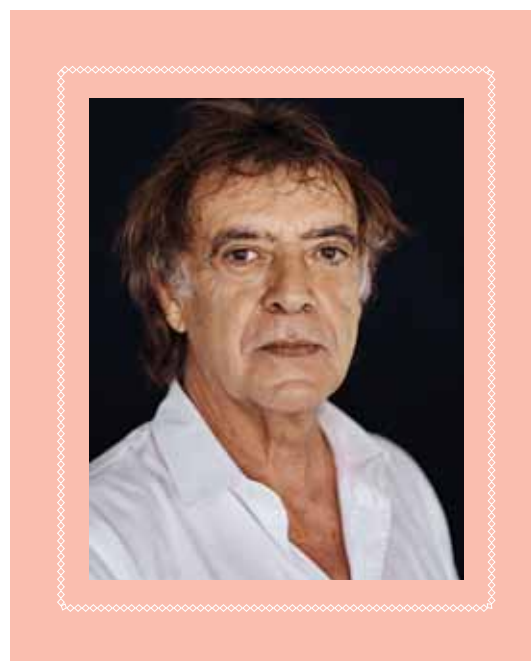
Le festival du Printemps de Bourges a été fondé en 1977 ¹ par Daniel Colling, producteur de spectacles, Maurice Frot et Alain Meilland. Daniel Colling est également co-concepteur du programme Zénith aux côtés de Jack Lang dans les années 80.

Jules Frutos, producteur de spectacles ²

1 — Interview de Salomon Hazot dans *Télérama* en juin 2018.



Cet été, danser sur The Chemical Brothers à la Grande Seine vous coûtera 54 euros et les blagues de Kev Adams, 39 euros au Zénith d'Amiens. Il vous faudra choisir : une place entre 33 et 69 euros pour faire vos adieux à Patrick Timsit à l'Olympia, ou 65 euros en Benz avec JoeyStarr jusqu'au Zénith de Nantes pour voir NTM. Peut-être vous conduira-t-il au festival de La Route du rock (46,50 euros ou passe trois jours à 108 euros), ou déciderez-vous de vous rendre seul à Landerneau pour le festival Fête du bruit, et pogoter avec Nekfeu, Roméo Elvis, Orelsan, Soprano et tous leurs amis pour 47 euros par soirée (87,75 euros x 2, 121,50 euros x 3).



« Plus encore que le stand-up, l'évolution remarquable de ces dernières années est l'arrivée des femmes dans l'humour »

Gilles Petit - Producteur de spectacles

Si entre 2004 et 2016, le budget moyen des festivals a doublé, tout comme le prix moyen du billet, la part des dépenses artistiques reste nettement inférieure aux charges techniques, logistiques et de sécurité (en moyenne 30 % vs 43 % en 2016). Il ne s'agit toutefois de moyennes : la place désormais prise par les « gros » festivals et l'expansion verticale et horizontale des groupes nationaux ou multinationaux suscitent ou accompagnent l'augmentation des prétentions financières des artistes en têtes d'affiche.

Les festivals ont représenté le premier relais de croissance du spectacle musical et de variété durant ces 15 dernières années, mais les premiers chiffres des éditions 2019 peuvent laisser craindre un début d'essoufflement de ce mode de diffusion.

LE DÉBUT DE LA SUITE Les temps deviennent durs pour les comédies musicales qui n'ont pas un compositeur ou un interprète notoire à proposer au public dans la distribution. Comme les maisons de disques avant elles, les chaînes de télévision et les radios commencent à délaisser la variété et, partant, les comédies musicales. Pourtant, à la rentrée 2016, une dizaine de grosses créations ou reprises se poussent au guichet. Mais seules quelques-unes en ressortent indemnes.

En dépit de nouveaux investisseurs se substituant aux médias traditionnels, la comédie musicale à la française commence à s'essouffler. Et adopter le modèle anglo-saxon n'est pas encore d'actualité : les salles de moyenne capacité (1 000-1 500 places) sont peu nombreuses et la pratique d'une prolongation automatique dans la même salle n'est pas dans les usages. La production de comédies musicales risque donc de devoir réinventer son économie et peut-être adopter une esthétique plus proche du théâtre que du mégaconcert de variété.

Même phénomène pour l'humour mais avec un effet différent : les producteurs de spectacles de variété investissent le genre.



Mais, malgré son succès², la diffusion en province des spectacles humoristiques rencontre ses limites : « Nous manquons de salles de 1 500 places. Les Zéniths sont trop coûteux pour des spectacles de 2 000 spectateurs avec un prix de billet raisonnable. Mis à part les casinos, il est très difficile de trouver des salles de cette jauge en province. L'une des solutions serait que les scènes nationales, qui disposent de très belles salles de cette capacité, d'équipements et de personnels compétents ouvrent plus largement leurs lieux aux producteurs privés. Mais cette mutualisation n'est malheureusement pas encore entrée dans les mœurs », déplorent Matthieu et Gilles Petit. L'humour évolue en dépit de ces contraintes. Selon Gilles Petit, « plus encore que le stand-up, l'évolution remarquable de ces dernières années est l'arrivée des femmes dans l'humour : Sylvie Jolie puis Muriel Robin en ont donné le point d'appui, Florence Foresti a amplifié le mouvement et le succès de Blanche Gardin en marque l'avènement. »

IDON'T CARE Profession la plus directement touchée par les attentats de novembre 2015, les entrepreneurs de spectacles s'attendent alors à un soutien des pouvoirs publics. Certes, le crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical – adopté le 13 novembre 2015 – entre en vigueur en 2016, mais les nouvelles contraintes de sécurité entraînent un doublement des coûts pour la profession. En 2018, la profession reçoit trois succès semblant avoir été tirés de l'ère pompidolienne : la circulaire Collomb, le nouveau décret sur le son, et l'exclusion du bénéfice du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical 2019 des spectacles d'humour (et *de facto* des comédies musicales).

C'est dans ce tumulte, à l'aube de ce jubilé, que finit par naître le Centre National de la Musique.

En le constituant autour du CNV, du FCM et de l'IRMA, le ministère de la Culture lui a donné ses premières orientations : le soutien financier et l'information.

Cependant, le récent processus de concentration des structures de production et de diffusion, vs la place des entrepreneurs indépendants, l'avenir de la bipolarité privé/associations-collectivités territoriales face aux risques de désengagement de ces dernières, ou encore l'évolution des lignes de partage de programmation public/privé dans les salles du secteur public, sont autant de thèmes qui devront vraisemblablement être discutés au sein du CNM. Rappelons à cet égard les missions confiées au fil du temps au CNC : soutenir, réglementer, promouvoir, diffuser, coopérer, négocier, éduquer et protéger, etc.

Gilles Lanier a travaillé chez Polydor, BMG, à la DP disque de la Fnac, dans les groupes Canal+ et Novapress. Il a créé le cabinet de conseil 2^e Round en 2007, et le site vivelaculture.com en 2015.

Pierre Marie Bouvery, cofondateur du cabinet Factori, est avocat à la cour de Paris et intervient dans le secteur du divertissement et en particulier de la musique. Il est l'auteur de deux ouvrages publiés à l'IRMA : *Les Contrats de la musique* et *Les Contrats 360°*.

2 — Si l'humour est en tête du nombre de représentations, il a néanmoins le plus faible ratio en billetterie : 28 % des représentations pour 10 % de la billetterie (chiffres CNV 2017).

