

Festivals : un modèle à bout de souffle ?

Concurrence, inflation, cachet des artistes... chaque année, l'économie des festivals est mise un peu plus sous pression au point de mettre en péril la pérennité de bien des événements. N'arrive-t-on pas au bout d'un modèle ? Voici cinq questions pour tout comprendre.



DÉCODAGE

DIDIER ZACHARIE

En 2024, quasi tous les festivals de la Fédération Wallonie-Bruxelles ont eu « une année compliquée ». C'était déjà le cas les années précédentes. Concurrence toujours plus accrue, augmentation des coûts de production, flambée des cachets des artistes, public toujours plus indécis... les raisons sont connues, mais elles s'amplifient. Le modèle économique des festivals est sous pression. L'édifice mis en place à partir des années 70 se fissure un peu plus à chaque édition à tel point que la question se pose : n'arrive-t-on pas à la fin d'une ère ?

1 Quel est le modèle économique des festivals de musique ?

Grosso modo, le chiffre d'affaires d'un festival se partage entre les recettes propres (billetterie et bar), les partenariats commerciaux et les aides publiques. Les premières sont essentielles (entre 65 et 85 % selon les festivals), la part du *sponsoring* navigue le plus souvent autour de 10-15 % tandis que les subsides comptent pour 5 à 10 %. Avec des variantes. La tendance étant de toute manière à la baisse des aides publiques. En clair, « on dépend fortement de la billetterie », dit Gino Innocente de Ronquières.

Or, fin de l'année dernière, Ronquières et les Ardentes tiraient la sonnette d'alarme : ils doivent désormais atteindre 90 à 95 % de remplissage de leur jauge pour rentrer dans leurs frais. C'était 85 % il y a deux ans. « Il y a une pression continue aussi bien au niveau des coûts de production que des cachets d'artistes, ce qui rend le modèle de plus en plus compliqué », dit Gino Innocente, qui ajoute : « Une mauvaise année peut mettre en péril la pérennité d'un événement. Et chaque année a ses complications ».

Exemple avec l'été 2023 qui avait été tellement pluvieux qu'il avait transformé le terrain de Ronquières en bournier. N'aurait-il pas fallu annuler la dernière journée ? Un tel choix aurait « clairement mis en péril » le festival. Quelques semaines plus tôt, un avis de tempête sur Liège avait poussé Les Ardentes à prendre cette décision. Une annulation à 8 millions d'euros d'autant plus fâcheuse que la tempête n'a finalement jamais eu lieu. « C'était la bonne décision à prendre », dit Jennifer Wuilquot, en charge de la production du festival. « Mais cette annulation a laissé des

traces. » Sans le soutien d'une grosse structure comme Fimalac (géant français de l'événementiel), pas sûr que les Ardentes auraient lieu dans deux semaines.

2 Y a-t-il trop de festivals en Belgique ?

« Ce n'est pas seulement en Belgique, mais dans le monde », dit Herman Schueremans, fondateur de Rock Werchter, patron de Live Nation Belgium et démiurge du secteur des festivals belge. « Or, les groupes ne peuvent pas être partout. Et parce qu'il y a trop d'offres, leurs cachets grimpent en flèche et les fournisseurs augmentent leurs prix. Depuis 2017 et encore plus après le covid, il y a eu un trop-plein de festivals. »

Et la concurrence vient de partout. De Belgique, de l'international, mais aussi des concerts en salle ou en plein air toujours plus nombreux chaque été... ainsi que des événements sportifs ou de divertissement : « Tout cela met une pression sur les fournisseurs qui ont plus de demandes et augmentent leur prix. C'est ce qui s'est passé l'an dernier, avec les JO de Paris et l'Euro de foot en Allemagne », continue Herman Schueremans.

3 Peut-on se passer des têtes d'affiche ?

C'est une lame de fond depuis 25 ans, mais c'est devenu insoutenable pour bien des programmeurs : l'explosion des cachets des artistes et notamment des têtes d'affiche. Ils augmentent en moyenne de 20 % par an. C'est-à-dire qu'il faut désormais allonger un montant de sept chiffres pour s'offrir une star internationale. Seuls quelques grosses machines comme Werchter, le Pukkelpop ou les Ardentes peuvent se le permettre.

Mais les artistes « abordables » tournant de plus en plus, les affiches des festivals ont tendance à se ressembler. Voire à être interchangeables. Certains événements ont donc pris une autre voie en cherchant à développer un concept et une image forte. Mais en vérité, bien que l'expérience proposée au public soit de plus en plus importante, un festival a besoin de têtes d'affiche pour attirer les gens. « Si on veut attirer 20.000 personnes par jour, c'est impossible de s'en passer », dit Gino Innocente.

4 Des festivals toujours plus chers ?

Artistes, production, accueil, transports, sécurité, confort... tout cela a un coût et celui-ci est répercuté sur le prix des billets. Qui deviennent un repoussoir pour beaucoup de jeunes : 300 euros le combi et plus de 100 euros la journée pour les « gros » festivals, 70 à 80 euros la journée pour les « moyens » et moins de 50 la journée pour les autres.

Herman Schueremans : « Il faut bien comprendre qu'on n'augmente pas les prix pour le plaisir d'augmenter. On le fait parce que c'est nécessaire à la viabilité du festival. » Quant à savoir si les prix vont se tasser ? « Je l'espère, mais on ne doit pas être trop naïf. A partir du moment où un prix a atteint un palier, c'est rare qu'il diminue. »

La question étant désormais : jusqu'où va suivre le public ? Celui-ci ayant d'ailleurs tendance à se décider de plus en plus tard. « Les dernières semaines sont cruciales », dit-on du côté des Ardentes. « Ce sont quelques milliers de ventes qui font la différence. »

5 Un modèle en péril ?

Depuis quelques années, deux modèles de festivals semblent se mettre en place : d'un côté les « gros » événements qui s'appuient sur des structures impliquées dans l'industrie de la musique à tous les niveaux. L'exemple le plus probant est Live Nation qui organise Rock Werchter et le Graspop tout en étant promoteur, agent d'artistes et exploitant des salles.

De l'autre, les festivals qui s'appuient sur le tissu associatif et un public fidèle qui vient plus pour l'événement que pour l'affiche. Ceux-là ont plutôt tendance à décroître. Par choix, mais aussi par nécessité. Entre les deux, des festivals de taille moyenne qui vont devoir choisir de quel côté ils veulent aller. Car le milieu est en constante évolution. « Avant, il fallait se remettre en question tous les dix ans », dit Herman Schueremans. « Aujourd'hui, c'est chaque année. »

Déjà, des festivals comme Les Solidarités et Esperanzah ! ont décidé de se transformer en coopératives dans le but de « pérenniser » l'événement ou simplement de le « sauver ». Tous les organisateurs sont en tout cas d'accord pour dire qu'il faut repenser le modèle, qui n'est plus tenable. En attendant, la saison des festivals est ouverte. En Belgique, il y en a dans tous les coins. Profitez-en, ça risque de ne pas durer.

L'explosion des cachets des artistes, notamment des têtes d'affiche, est insoutenable pour de nombreux programmeurs. © BELGA.