



Si la chanteuse country Lainey Wilson, ici dans une salle de Nashville, joue la carte intimiste, les livestreams les plus rentables ont en commun leur mise en scène XXL. (JASON KEMPIN/GETTY IMAGES)

LE CONCERT DU FUTUR SERA-T-IL EN STREAMING?

VIRGINIE NUSSBAUM
@Virginie_Nb

A mesure que le coma du live se prolonge, de plus en plus d'artistes mais aussi de plateformes se tournent vers le livestream. Alternative solide ou musique d'avenir?

► En pleine crise de l'industrie du live, la nouvelle a fait l'effet d'un vrombissement de basses: mi-janvier, le géant américain du spectacle Live Nation annonçait avoir réalisé son premier gros investissement depuis le début de la pandémie en devenant actionnaire majoritaire de Veeps. Veeps? Une plateforme fondée il y a trois ans par Joel et Benji Madden, ex-membres du groupe Good Charlotte, et dédiée aux concerts... en streaming. Live Nation a eu fin nez: rien qu'en 2020, Veeps en a hébergé pas moins d'un millier. Des performances filmées et retransmises en direct à des milliers de kilomètres: de Dua Lipa à Grand Corps Malade, de Maître Gims à Patti Smith ou Gorillaz, ils sont nombreux à avoir tenté l'expérience ces derniers mois. Et si le premier confinement nous a inondés de vidéos de guitares grattées dans les cuisines d'artistes, la formule s'est peu à peu professionnalisée. Jusqu'à apparaître aujourd'hui

comme un modèle sérieux, capable de contrer la paralysie culturelle actuelle – voire de lui survivre. De quoi susciter l'appétit des uns comme la peur des autres. Les captations pourraient-elles remplacer le frisson du live, du vrai?

ARAIGNÉES EN 3D

La réponse commence par une (grande) question: celle de la monétisation. Le public est-il prêt à payer pour un show virtuel? Un exemple semble l'affirmer. En octobre, deux concerts en livestream du groupe de K-pop BTS ont permis d'amasser quelque 44 millions de dollars. Au total, 900 000 fans autour du monde se sont connectés pour suivre le concert, filmé à Séoul et diffusé en ultra-haute définition. Cas emblématique ou succès exceptionnel? Plutôt la deuxième option, selon Vincent Sager. «La K-pop est un phénomène très particulier, presque une religion», précise le directeur d'Opus One. Et de rappeler qu'en dehors de l'expérience BTS, l'industrie n'a que rarement brandi les recettes de livestreams – peu seraient rentables. «Le coût pour monter un show pareil est monstrueux. C'est un peu comme l'opéra: une énergie créative folle pour très peu de représentations.»

Les concerts streamés les plus médiatisés ont en effet un point commun: leurs mises en scène léchées et XXL. A l'image des araignées géantes en 3D grouillant au-dessus de Billie Eilish durant son show virtuel d'octobre. Ou des 50 caméras dépêchées à Dubaï pour capturer la performance explosive de Kiss, le soir du Nouvel An, avec flammes et feux d'artifice en prime.

DÉTAILS ET RALENTIS

Du spectacle, souvent accompagné de bonus personnalisés. Comme celui de pouvoir zoomer sur son chanteur de BTS préféré, ou de rencontrer (virtuellement) Boy George – moyennant la somme de 230 francs. «On pourrait imaginer, lors d'un concert de Justin Bieber, payer un ticket VIP pour suivre une caméra en backstage, ou même cliquer sur la casquette de Justin et voir s'ouvrir une fenêtre Amazon nous proposant de l'acheter, complète Michael Drieberg, patron de Live Music Production. Le livestream permet une réelle interactivité.» Et un point de vue inédit. «Devant une grande scène, dès dix mètres, on regarde les écrans. Le livestream, comme le sport à la télévision, permet d'observer les détails, les ralentis... sans les pro-

«On pourrait imaginer, durant un show de Justin Bieber, cliquer sur sa casquette pour l'acheter en ligne»

MICHAEL DRIEBERG, DIRECTEUR DE LIVE MUSIC PRODUCTION

blèmes de parking et de babysitter.» Moins conviviale, plus confortable: une expérience qui, au lieu de remplacer celle des concerts en présentiel, la compléterait – et ce même après la fin de la pandémie, estime Michael Drieberg.

Pas de quoi enterrer l'industrie du live donc, encore moins en Suisse où les artistes susceptibles de se dématérialiser ont déjà déserté les salles. «A cause du prix des tournées, les gros poissons comme U2 ne font aujourd'hui plus qu'une ou deux dates, généralement à Zurich: 80 000 personnes les voient, 6 millions les ratent! En l'occurrence, un concert retransmis représenterait un plus.»

DU GAMING AUX CONCERTS

Quant aux musiciens helvétiques, ils semblent loin d'adopter le streaming payant. «A ma connaissance, aucun n'a encore tenté l'expérience», note Sébastien Vuignier, directeur de l'agence d'artistes TAKK Productions et organisateur des concerts suisses de têtes d'affiche comme Muse ou Radiohead. Mais les premiers pas s'esquissent. Comme celui de la Baloise Session, festival organisé par le groupe d'assurances du même nom qui, à l'automne, filmait Bastian Baker et sa guitare sur le rooftop du Royal Savoy. «Le cachet était plus modeste qu'à la normale mais tout à fait décent, et les audiences plutôt bonnes, note Sébastien Vuignier, agent suisse du chanteur. La piste des concerts virtuels gratuits, soutenus par des sponsors, me semble la plus réaliste.»

Et pourtant, la scène web peut rapporter gros, rétorquent les plateformes de streaming. Qui se multiplient, des nouvelles venues comme la française Gigs on à Facebook, qui permet désormais de monétiser ses vidéos live. Sans oublier le poids lourd du secteur: Twitch et ses 6,2 millions d'utilisateurs. Destinée originellement aux gamers qui y diffusent leurs parties en direct, Twitch s'est progressivement ouverte aux contenus culturels et notamment aux concerts – qui ont fleuri sur le site durant le confinement.

Diffusion de publicités, dons en monnaie virtuelle ou abonnements payants à la chaîne de l'artiste, les sources de revenus sont multiples. Parmi les streameurs, Mike Shinoda du groupe Linkin Park mais aussi de nombreux musiciens émergents. «Certains de nos artistes indépendants ont rencontré le succès durant la pandémie. La chanteuse pop canadienne Sereda, par exemple, a fait son entrée dans les charts et vendu pour 10 000 dollars d'albums en un mois grâce à la communauté construite sur Twitch», détaille Tracy Chan, à la tête du secteur Musique.

«PIRE CAUCHEMAR»

Communauté: le mot clé de la plateforme, qui encourage les échanges afin de fidéliser les fans. «Pas seulement chatter entre deux morceaux mais aussi créer avec eux, en les invitant à composer la setlist ou même les rythmes en direct», souligne Tracy Chan. Pour guider les artistes dans l'aventure virtuelle, Twitch leur propose un camp de coaching et un logiciel de streaming gratuit.

Boosté par la pandémie, c'est tout un écosystème qui se développe – jusqu'à l'échelon local. Jérôme Perakis est le fondateur de We Can Live on Mars, société basée à Chexbres et spécialisée dans la communication digitale. Lui qui proposait déjà des livestreams dans le cadre de réunions business s'est mis à recevoir des demandes pour des concerts. Une aubaine pour cet as de l'informatique «à la fibre artistique». «Je viens généralement seul, avec plusieurs caméras que je bouge à l'aide de manettes de Playstation. Contrairement aux grosses sociétés de broadcast, je propose des coûts abordables pour les petits clubs.»

Comme le Cityclub de Pully, où il a capturé le mois dernier le duo Cyril Cyril – avec chapeau virtuel à la fin. Techniquement stimulant, mais moins pour les artistes, convient Jérôme Perakis. «Ils doivent jouer à fond devant une salle vide. On est un peu leur pire cauchemar!»

Ce n'est pas Cyril Bondi, moitié du groupe genevois, qui le contredira. «A la fin des morceaux, on regardait nos pieds. Il n'y a aucun retour, ni pendant ni après le concert. On perd tout ce contact.» Si le percussionniste a sauté sur l'occasion de rejouer et «faire travailler les techniciens», il reste critique face au modèle du livestreaming, difficilement viable et, surtout, privé d'âme. «Ça fait des années qu'on pousse les musiciens à tout digitaliser. Mais ces plateformes ressemblent davantage à des start-up où l'on parle technologie et très peu art. Alors qu'un concert, c'est avant tout une aventure sociale! Ce n'est pas pour rien qu'on ne parle pas d'art numérique mais d'art vivant.»

LA SCÈNE ROCK GENEVOISE À DOMICILE

STÉPHANE GOBBO
@StephGobbo

Le festival Rock'n'Truck propose une fois par mois un livestream réunissant trois groupes

► Le streaming pour venir en aide à la scène régionale. A Genève, c'est ce que propose le festival Rock'n'Truck, une initiative née d'une rencontre entre quatre musiciens, Marie Christophe Ruata-Arn (Le Beau Lac de Bâle, The Lawdy Mamas), Nadia Pellegrini-Niederhauser (The Lawdy Mamas, Las Vegas Parano), Tamara Lyane Retchitzky (The Lawdy Mamas, Wigwam) et Philippe Mikes (Toxic Gazoline, Wigwam). Le concept est simple: une fois par mois, trois groupes se relaient pour un concert retransmis en direct – deux formations aguerries et une découverte, dans le but de soutenir la relève. En guise de scène, le Food Truck du Relais Thaï. «C'est vraiment la tristesse de voir tous ces musiciens incapables de se produire qui nous a poussés

à nous lancer, explique Philippe Mikes. Nous avions envie de faire un geste en faveur des artistes, mais aussi de permettre à de jeunes groupes de sortir de leur local.» Pour les aspects techniques, l'association à but non lucratif née de cette initiative s'est entourée de techniciens capables de tenir un standard de qualité. Car eux aussi souffrent du désert que traverse l'industrie de la musique live; ils sont d'ailleurs rémunérés pour leur travail. Les groupes, eux, sont payés au chapeau virtuel: chaque internaute peut verser une somme de son choix, les gains étant ensuite divisés équitablement.

PROJET À PÉRENNISER

Lorsque la situation sanitaire le permettra, le Rock'n'Truck devrait accueillir du public, selon les jauges permises. Mais il restera en parallèle un événement numérique pouvant être suivi depuis chez soi. Philippe Mikes espère, après une première année en forme de test, pouvoir pérenniser le projet.

La première soirée, en janvier, a réuni The Lawdy Mamas, Toxic Gazoline et Eagle Keys côté relève. «Nous avons joué les cobayes avec nos groupes afin de repérer les inévitables erreurs de jeunesse», confie le batteur en soulignant que, pour les jeunes groupes sélectionnés, pouvoir bénéficier d'une performance filmée est un bel atout lorsqu'il s'agit de démarcher des programmeurs.

La deuxième édition du Rock'n'Truck est agendée au 13 février. Avec au menu Metro, formation emblématique de la scène rock genevoise du tournant des années 1980 qui amorcera là son grand retour, ainsi que deux formations hard, Roadfever pour l'expérience et Semtex pour la découverte. Organisée en partenariat avec Radio Tonic et On Stage Music Live, la soirée sera entrecoupée d'interviews des artistes. ■

Rock'n'Truck, prochaine soirée le samedi 13 février à 19h45. Infos, programmation et diffusion sur www.rockntruck.ch