



Compte-rendu de la réunion organisée par le Bureau Export et le CNV

21 janvier 2005

Le spectacle vivant en Espagne

Intervenants :

- Christophe Cassan, WAM Production
- Sébastien Prieto, Bureau Export Espagne

Ordre du jour :

Etat général de la musique vivante en Espagne	2
Présentation des divers programmateurs	2
Description des divers représentants.....	3
Les étapes de production d'un concert	3
Autres informations clés.....	3
Questions – réponses	3
Conclusion	3

Rencontres professionnelles

Etat général de la musique vivante en Espagne

Sébastien Prieto, chargé de mission du Bureau Export Espagne, commence par dresser un bref bilan de l'état du spectacle vivant en Espagne. En **2004**, il y a eu **220 concerts** sur le sol espagnol. Il affirme que le concept de tournée n'existe pas réellement en Espagne. Les concerts ont en effet majoritairement lieu dans les deux villes suivantes : Madrid et Barcelone, plus rarement à Bilbao, Saragosse, Valence. Il finit son introduction en présentant son partenaire Christophe Cassan de WAM Produccion, tourneur spécialisé dans la production française qui s'est occupé entre autres des tournées en Espagne de Yann Tiersen, Gotan Project, Manu Chao, Sergent Garcia, Le Peuple de l'Herbe, etc.

Christophe Cassan enchaîne en affirmant que le spectacle vivant en Espagne souffre de **l'absence de réseaux de salles de concerts** due à la diversité des régions et des langues. De plus, les tournées en Espagne ne recouvrent en général que les genres pop-rock, électro, world et chanson. Il n'y a pas de concerts de dub en Espagne. De même, il n'y a pas de production nationale de dub. On peut donc supposer que l'inexistence de production locale d'un certain genre entraîne sa non représentation dans le domaine du spectacle vivant. En outre, l'absence de politique culturelle a souvent posé problème à l'Espagne. Avant 2004, il n'y avait pas de ministère de la culture à proprement dit. Plus précisément, le ministre de la culture et le ministre des sports n'étaient qu'une seule et même personne. Or depuis l'élection de Monsieur Zapatero en mars dernier, le vote d'une législation sur la musique ainsi que la création de salles de concerts ont été décidés.

Présentation des divers programmeurs

Les festivals

Parmi les programmeurs en Espagne, on trouve les festivals qui ont pour particularité de ne représenter souvent qu'un seul style. Ainsi dans le genre pop-rock, les plus gros festivals espagnols (ou **macro-festivals**) sont le Festival Internacional de Benicassim (F.I.B.) et Primavera Sound, **Sonar** reste « Le » rendez-vous électronique espagnol et pour la world, il y a les festivals Womad et La Mar de Musicas.

Certains de ces festivals comme le F.I.B. ou le Primavera Sound présentent la spécificité de demander l'exclusivité aux artistes qu'ils programment. D'autres comme La Mar de Musicas exigent que l'artiste ne tourne pas durant les sept mois précédant le festival, de telle sorte qu'il est quasi impossible pour l'artiste concerné de faire plusieurs festivals en une année.

Il existe aussi les **Festivals de marques privées**. Il s'agit d'événements montés par les sponsors privés eux-mêmes qui disposent d'un gros budget et qui ont souvent beaucoup de répercussions.

Il existe enfin les festivals des mairies qui ont lieu à l'occasion des fêtes religieuses (Epiphanie, Carnaval, Noël...) : '**les Fiestas Mayores**', et qui investissent beaucoup d'argent pour faire venir des têtes d'affiche.



Les mairies

En Espagne, la plupart des concerts se déroulent lors des Fiestas Mayores organisées par les mairies qui constituent ainsi des programmateurs à part entière.

Chacune de ces mairies dispose d'un **département des fêtes**, en charge des différentes célébrations publiques, qui cherche avant tout à organiser des spectacles populaires et investissent beaucoup d'argent dans ce but. Ces festivals sont destinés à être populaires mais en aucun cas culturels. De ce fait, le pourcentage de découvertes est infime.

Par ailleurs, ces spectacles présentent la particularité d'être **gratuits** ce qui porte **préjudice à l'industrie du spectacle vivant**. On peut en effet imaginer que les Espagnols puissent être réticents au fait de payer une place de concert ce qui peut aussi avoir une répercussion négative sur les ventes de disques. De plus, les mairies semblent peu enclines à combler le manque de réseau, le système de salles de concerts allant à l'encontre de la gratuité des spectacles qu'ils offrent.

Sébastien Prieto intervient pour souligner un autre aspect propre à la culture espagnole, celui du poids politique. Il affirme ainsi que les festivals organisés dans le Pays Basque remportent un grand succès auprès des jeunes dû au phénomène d'identification de masse à une région et ses spécificités.

Outre les départements des fêtes, les mairies comprennent aussi un **département culturel** dont le rôle est principalement la programmation dans les théâtres de la ville. Il ne s'agit en général que de théâtre bien sûr, de danse, de musique classique et de flamenco. Ces théâtres montent parfois des cycles consacrés au jazz, à la world, au pop-rock mais ne durent qu'une semaine et n'accueillent en général pas plus de 4 à 5 artistes.

Les salles

Tout d'abord, il faut noter que **les salles de concerts en Espagne ne bénéficient d'aucune subvention**. Elles constituent seulement des salles de location. Les tourneurs ne peuvent monter des tournées très longues car les **salles ne versent pas de cachets assez importants** et parfois n'en versent pas du tout. Les salles les plus aisées qui peuvent accueillir entre 500 et 800 personnes versent des cachets relativement moindres : entre 600 et 1 500 euros. La plupart des salles de province programment en général des **artistes nationaux** qui ne font souvent pas plus de trois dates et en fin de semaine, d'où la **difficulté pour les groupes internationaux de tourner en Espagne**, comme le fait remarquer Sébastien Prieto. Les grosses têtes d'affiche internationales font en général **seulement une ou deux dates**.

L'impossibilité d'organiser une tournée importante en Espagne s'explique par le manque de réseau national. Seul un réseau existe et seulement en Catalogne qui regroupe 15 salles de près de 300 places chacune. Sébastien Prieto affirme néanmoins que le Pays Basque a l'intention de s'associer à la Catalogne.

A noter également l'existence de **festivals sponsorisés par des marques**, majoritairement des enseignes de bières : Heineken, San Miguel. La marque Heineken, par exemple, loue des salles où elle organise des concerts. Sinnamon qui bénéficie d'un certain monopole en Espagne regroupe à la fois un complexe de trois salles de 300, 1 000 et 2 000 places, possède la marque San Miguel, monte le festival itinérant Wintercase (Valence, Madrid, Bilbao) et dirige un label pop-rock, électro. En général, ces festivals ont de gros moyens et sont donc très intéressants d'un point de vue promotionnel.



Description des divers représentants

Les promoteurs

On distingue d'abord les promoteurs qui font tourner des **artistes de renom en général anglais ou américains**. Ces promoteurs sont pour la plupart basés à Barcelone. Il s'agit de Dr Music, La Iguana, The Project qui dirige le festival de jazz de Barcelone, Cap Cap, etc. Dans le milieu du jazz, Julio Marty représente « Le » promoteur des festivals de jazz en Espagne. Ces promoteurs font office de producteurs et travaillent généralement avec des agents de zone. Selon Sébastien Prieto, le spectacle vivant en Espagne souffre surtout d'un **manque d'information concernant les salles** de concerts existantes dans le pays. Il n'existe pas de guide comme l'Officiel en France.

Les agents

Parmi les plus grosses agences, on trouve Partenope qui représente le genre world, Project Music, plutôt électro qui s'occupe entre autres du Sonar et enfin l'agence hip hop Radiation.

Les tourneurs espagnols doivent la plupart du temps travailler avec les « agentes de zona » (**agents de zone**) dans chaque région autonome car ces agents sont en général très proches des programmeurs de mairies. Ils jouent donc le rôle d'intermédiaires entre les managers et les programmeurs. Ces agents de zone ne sont pas spécialisés dans un genre musical et sont obligés de programmer tout genre de spectacle.

Christophe Cassan affirme qu'il est toutefois **possible de ne pas passer directement par un agent**. 3D Family, par exemple, travaille directement avec l'Espagne, mais cela reste quand même un cas isolé.

Les étapes de production d'un concert

Christophe Cassan rappelle maintenant les différentes étapes nécessaires pour produire un concert.

L'étape numéro 1 consiste bien évidemment à trouver la salle. Or, en Espagne, il en existe peu. A Barcelone, par exemple, on ne trouve pas de salles entre 300 et 800 personnes, ni de salles de plus de 2 000 personnes. **L'Apolo reste l'une des salles les plus connues de la ville mais pâtit de conditions techniques déplorables. Il n'existe pas** non plus de **zéniths** comme en France. Pour les salles de grande envergure, il faut compter sur les palais des sports ou les arènes. L'équivalent de la SACEM en Espagne, la SGAE, a cependant l'intention de monter un réseau de salles type zénith.

Une fois la salle trouvée, il faut s'occuper de la **promotion** de l'événement. Or, en la matière, c'est le **tourneur qui doit tout prendre en charge** : affichage, lancement d'album aux médias, etc.

Il reste néanmoins **facile d'un point de vue juridique** de produire un concert en Espagne. La salle louée, il suffit de choisir le nombre de vigiles et le tour est joué. Les salles ne possèdent que très rarement un accès handicapé et ne réclament presque jamais la présence de pompiers.



Autres informations clés

En ce qui concerne les **horaires, en semaine**, les concerts commencent à **21h**, le **week-end**, à **22h**. Pour Barcelone et Madrid, on parle de **double location** : à 23h30, il faut libérer la salle pour qu'elle devienne discothèque. Dans ce contexte, il paraît donc **difficile de programmer une première partie**. Les balances débutent souvent à 19h et les salles ouvrent à 20h.

Les professionnels s'occupent de la programmation des festivals avec beaucoup d'avance mais le moment décisif, à savoir la signature de contrat n'a lieu que beaucoup plus tard. De plus, il arrive parfois que les mairies donnent leur accord trois mois après l'annonce de la programmation des festivals et les programmeurs se sont déjà vus obligés de ce fait d'annuler certains artistes trois semaines avant le festival. Il est plus **facile de travailler avec les théâtres qui travaillent avec beaucoup plus d'avance** encore (8 à 10 mois avant la date prévue).

Sébastien Prieto insiste à nouveau sur la difficulté de s'adapter au système espagnol du spectacle vivant due à la diversité des langues. Par ailleurs, ce dernier fait remarquer que les Espagnols s'entichent rarement de groupes en live. Récemment, un groupe américain « !!! » a beaucoup fait parler de lui pour ses prestations scéniques, mais c'était assez exceptionnel. Néanmoins, **les Espagnols commencent à s'ouvrir à la presse musicale anglaise et française**, qui se fait souvent l'écho des phénomènes de scènes et contient de nombreuses critiques de concerts.

Il est important de rappeler que l'Espagne bénéficie **d'un fort réseau en matière de musiques électroniques** qui attire nombre de DJs français. Contrairement aux salles de concerts, les discothèques offrent aux DJs des cachets plus que décents.

Sébastien Prieto évoque la présence de la musique dans les médias et admet à cet égard qu'il n'y a point d'émission musicale sur la télévision espagnole. **La presse espagnole est majoritairement écrite** et ce sont les journaux gratuits qui demeurent les plus lus par la population espagnole. Il existe l'équivalent espagnol du Musique Info Hebdo : l'Escenarios mais qui ne présente pas la même qualité éditoriale que son homologue français. Par ailleurs, la presse espagnole reste répartie entre Madrid et Barcelone.

Sébastien Prieto tient à insister sur le fait qu'en moyenne, **le pouvoir d'achat des Espagnols est moins élevé que celui des Français**, ce qui explique en partie leur manque d'engouement pour les concerts, même si le prix d'une place est moindre qu'en France (10 à 12 euros pour un concert en province, 15 à 18 à Barcelone).

Si Christophe Cassan devait donner un conseil aux professionnels français désireux de lancer leurs artistes sur le marché espagnol, ce serait de chercher à les intégrer dans le **maximum de festivals régionaux**, ce qui reste une chance de pouvoir accéder par la suite aux gros festivals.



Questions – réponses

Une personne dans l'auditoire intervient dans le débat pour demander ce qu'il en est des **Canaries et des Baléares**. Sébastien Prieto lui répond qu'aux Canaries, on trouve surtout des concerts de jazz ou de musiques latines. Aux Baléares, en revanche, la mobilité du public est faible.

Un autre auditeur demande quelles ont été les tournées d'artistes qui ont connu le plus grand succès. Christophe Cassan mentionne alors les tournées de Zebda, de Gotan Project, de Yann Tiersen qui a attiré entre 1 000 et 2 000 spectateurs et celle d'Emir Kusturica. Sébastien Prieto explique la réussite de ces tournées par le très bon travail de promotion effectué par le tourneur. Il affirme ensuite que les **genres français qui connaissent un certain succès** en Espagne sont la **chanson** avec des artistes comme Carla Bruni ou Benjamin Biolay, **l'électro et ce qui reste de la French Touch, le jazz** (Eric Truffaz, Richard Galliano...).

En général, le jazz européen ne trouve pas d'auditeurs dans le pays. La période propice à la programmation de **concerts de jazz** reste les mois de **mars**, de **juillet** et de **novembre**. Sébastien Prieto souligne à ce propos le problème de l'absence de production nationale qui entraîne souvent la non représentation de ce genre sur scène. En France, à l'inverse, tous les styles sont représentés ce qui n'est malheureusement pas le cas en Espagne. En Espagne, on trouve de **nombreux festivals de jazz** mais les labels ne réalisent que très peu de travail de promotion sur les dates de tournée. En général, souligne Christophe Cassan, les labels prennent des personnes en free lance pour prendre en charge la promotion.

Un auditeur s'interroge sur la corrélation qu'il existe entre les chiffres de ventes de disques et ceux de ventes de places de concerts. Sébastien Prieto déclare que le poids médiatique est très important, d'où la **nécessité selon lui de faire des festivals pour se faire connaître** car les médias suivent toujours de près ces événements. Sinon, il admet qu'il n'y a pas de règle en la matière : parfois, un artiste connaît un franc succès sur scène mais les chiffres des ventes ne suivront pas, ce qui a été le cas de -M- qui n'a vendu que 300 albums contre une salle à Barcelone de 2 500 places. A l'inverse, Carla Bruni et Benjamin Biolay ont énormément vendu sans avoir tourné. Zebda qui a accumulé 6 dates pleines n'a pourtant que très peu vendu, idem pour Spook & the Guay.

Pour Sébastien Prieto, la faiblesse des ventes est due au phénomène du **piratage qui est extrêmement développé en Espagne**. Beaucoup de gens vendent des disques à des prix modiques dans la rue. Dans le même temps, les **Fnac ne cessent de se développer**. On en compte désormais 10. Ces Fnac offrent aussi la possibilité de présenter des showcases qui restent cependant à la charge du tourneur.

Quant aux genres représentés, ce n'est toujours **pas** le cas du **ragga**, de la **jungle**, de la **drum'n'bass**. La world et le hip hop ont fait une apparition très récente qui peut s'expliquer par l'immigration toute jeune dans le pays.



Conclusion

Pour conclure, Sébastien Prieto déplore les difficultés de relations entre les professionnels français et espagnols dus à tous les inconvénients du marché espagnol qui souffre encore d'un certain retard. Mais il insiste (appuyé par Laurent Coulon, attaché audiovisuel à l'ambassade de Madrid) sur le fait que **les Français ont intérêt à persévérer dans leur effort d'intégration du marché espagnol** malgré ses embûches étant donné l'intérêt porté par les Espagnols à la culture française, ne serait-ce que dans les médias.





Bureau Export de la Musique Française à Paris
2 rue de la Roquette - Passage du Cheval Blanc, Escalier Avril 75011 Paris
Téléphone : 01 49 29 52 10 – Télécopie : 01 49 29 52 24
burex@french-music.org – www.french-music.org



Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz
9 boulevard des Batignolles 75008 Paris
Téléphone : 01 56 69 11 30 – Télécopie : 01 53 75 45 61
info@cnv.fr – www.cnv.fr