

Les concerts et les tournées font salle comble. Avec la montée en puissance du live dans l'économie de la filière musicale, les tourneurs voient leur place évoluer. Dépassant le cadre du seul spectacle, ils deviennent un partenaire professionnel central pour les artistes.

## SPECTACLE VIVANT

# PLACE AUX tourneurs!

Dans ses bureaux du 20<sup>e</sup> arrondissement de Paris aux airs de backstage sans chichis, Marion Gabbaï de My Favorite, une agence de booking identifiée rock garage, «fonctionne au coup de cœur». Le plus passionnant, dans son métier, estime-t-elle, est le travail de production, l'investissement dans les répétitions, les résidences ainsi que la logistique de communication, allant du street-marketing jusqu'aux réseaux sociaux. «*Quand je prends un artiste, je sais auprès de qui je vais le défendre*», assure-t-elle. Si, avec les artistes français (J.C. Satàn, Frustration...), elle travaille en direct, pour les artistes étrangers, ce sont les agents avec lesquels elle a des habitudes de travail qui servent d'intermédiaires. Comme d'autres tourneurs, Marion Gabbaï reconnaît que le métier a changé et que les conditions économiques pourraient être meilleures. «*On est dans un des secteurs où la marge est des plus faibles, de 10 à 20%, alors qu'elle est de 50% dans la distribution*», explique-t-elle dans une allusion à l'inflation que connaissent les cachets d'artistes.

### Tourneur, un rôle pivot

Il en a foulé, des scènes. Il en a enchaîné, des tournées. Alors qu'il se produit aujourd'hui en solo, Jean-Benoît Dunckel, membre d'Air, le mythique duo électro, souligne le rôle pivot

que joue un tourneur : «*Autrefois, la maison de disques investissait beaucoup; elle était l'acteur principal qui dirigeait la promo. Aujourd'hui, le live est devenu tellement important, que le tourneur occupe une place stratégique pour participer à l'identité de l'artiste. On lui laisse gérer la*

«**Aujourd'hui, le tourneur occupe une place stratégique pour participer à l'identité de l'artiste.**»

JEAN-BENOÎT DUNCKEL (AIR)

partie commerciale de la tournée, le prix des tickets... Par ailleurs, et c'est important, le tourneur fait partie d'un réseau, notamment de techniciens, qui valorisent au mieux le son, la lumière et l'image sur scène».

Tourneur de Jean-Benoît Dunckel, l'agence de booking Pipole est arrivée dans le paysage du live en France en pleine french touch, à la fin des années 90. Son fondateur, Pascal Sanchez, veut alors soutenir les artistes émergents de la scène électro. Il est le premier à exporter des concerts de Rinôçérôse, Étienne de Crécy ou Cassius. «*En France, on nous considère comme des promoteurs, pas comme des agents*», souligne-t-il. Aujourd'hui, Pascal Sanchez porte un jugement



En bas à gauche : Paris New York Festival à New York dans le cadre du partenariat avec le Summerstage 2017 (tourneur : Benjamin Levy).  
Ci-dessus : Isaac Delusion (tourneur : Super!).

sévère sur l'évolution des tournées. «*Le métier de la tournée devient industriel alors que c'était de l'artisanat... Les grosses sociétés récupèrent des salles de concerts et des billetteries, donc leurs bénéfices se font sur tout l'environnement*», regrette-t-il. Pipole a préféré revendre des parts au label indépendant Because, l'un des précurseurs du modèle dit «à 360 degrés», qui accompagne au plus près tous les aspects du développement de carrière des artistes.

Directeur du Réseau à la Sacem, Stéphane Vasseur reconnaît lui aussi que le métier a beaucoup évolué : «*Avant, le métier reposait essentiellement sur la personnalité du producteur, par exemple un Jean-Claude Camus, qui entretenait des relations avec les grandes stars de l'époque, les Sardou, les Hallyday, etc. Aujourd'hui, le métier se structure davantage autour*

de grands acteurs». Parmi eux, Live Nation, géant américain du live. Angelo Gopee, patron de la filiale française, préfère relever les potentiels du secteur en France... «*Grâce à la démocratisation de l'accès à la musique, on a beaucoup plus d'artistes qui ont le potentiel pour émerger sur le sol français et international et ils ont besoin de producteurs. La chance que nous avons, en France, c'est l'ancrage culturel, le réseau de salles des Smacs (salles de musique actuelles), par exemple, avec lequel il faut continuer de travailler dans une dynamique commune. Aujourd'hui,*

«*tout le monde veut signer les mêmes artistes alors qu'il faut trouver le courage d'en développer de nouveaux.*»

### Le pari de l'émergence

«*La solidité et l'appétence du public pour le spectacle vivant forment le socle majeur du métier de tourneur*», résume Stéphane Vasseur avant d'ajouter : «*Il est important d'avoir une offre diversifiée et donc une variété d'acteurs du spectacle vivant, car il y aura toujours de la place pour les gens qui font le pari de l'émergence*».

## Qu'est-ce qu'un tourneur ?

Le tourneur gère la tournée de concerts d'un artiste. Sa fonction principale est de lui trouver des dates de représentation dans différentes salles et de les remplir ! Il est le médiateur entre l'artiste et les exploitants de salles ou les organisateurs d'événements culturels. Il s'occupe donc de toute la partie administrative, comme les contrats, mais également des moyens logistiques et financiers de la tournée. Il se charge aussi de la promotion des concerts en amont afin de diffuser le spectacle d'un artiste pour attirer le public et garantir le succès de la tournée.



À Nantes, Murailles Music a démarré en tant qu'association montée par des étudiants aux Beaux-Arts. Son administrateur et producteur Julien Courquin estime que « *c'est une fausse idée de croire que le tourneur est juste un prestataire de services qui amène des offres; c'est aussi un accompagnateur car le musicien peut également générer des opportunités par lui-même* ». En travaillant sur la tournée du spectacle de théâtre Grande de Vimala Pons et Tsirihaka Harrivel, il réalise que, comparativement à d'autres spectacles vivants, « *la musique est très fragile. Même pour des musiciens qui travaillent depuis dix ans, on repart toujours presque à zéro à chaque tournée* », relève Julien Courquin. Même constat de Benjamin Levy, de BL Music Productions, qui, en 2006, a souhaité « *redécouvrir des artistes qu'on avait dans ses vinyles et les remettre au goût du jour* ». Il s'y est appliqué avec un long cheminement de relations et de contacts qui l'ont amené à créer le Paris-New York Heritage Festival: « *On parle beaucoup de stratégie à 360°; c'est aussi mon idée depuis vingt ans: s'occuper du booking de l'artiste jusqu'à la création d'un festival* ».

Ci-dessous: concert La Colonie de vacances (tourneur: Murailles Music).



© ROMAIN ÉTIENNE

## L'écosystème autour de l'artiste



### Développer une stratégie

Avoir son propre festival, c'est « *un cercle vertueux* », témoigne Julien Catala, qui, il y a onze ans, a créé l'agence de booking dénicheuse de talents Super!. Celle-ci produit chaque année les festivals Pitchfork et Cabourg Mon Amour. « *On repère des artistes presque inconnus, on leur organise un premier concert à Paris, puis on leur trouve des dates dans des festivals en province, jusqu'à leur*

« *On parle beaucoup de stratégie à 360°: s'occuper du booking de l'artiste jusqu'à la création d'un festival.* »

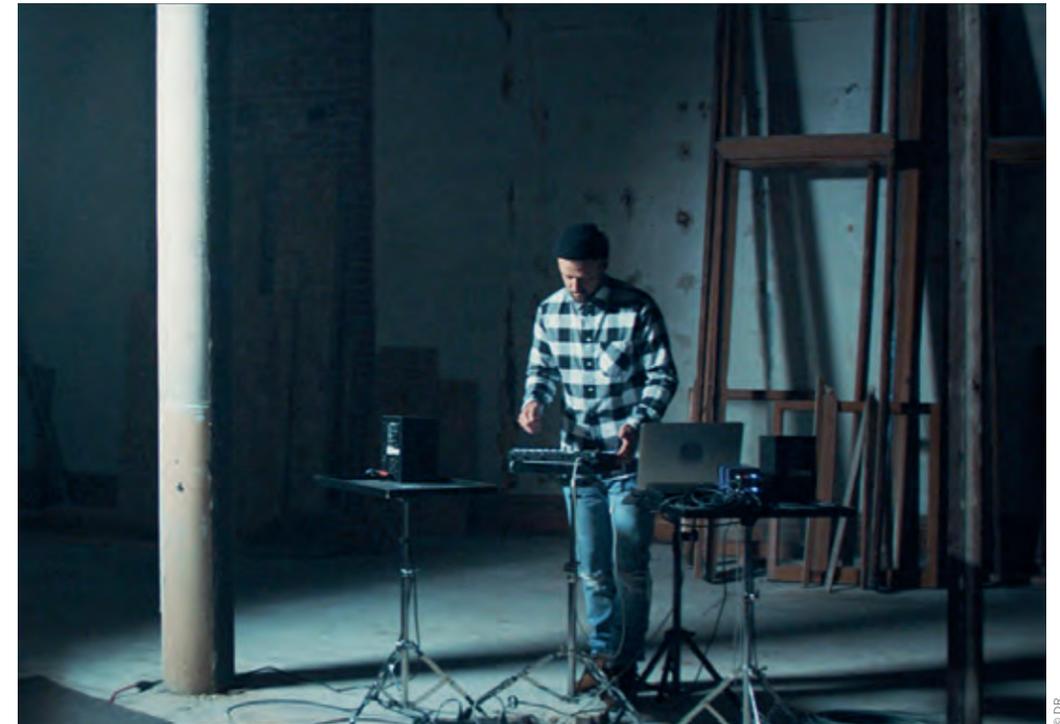
BENJAMIN LEVY

développer une stratégie. Les tourneurs et agents à l'étranger ne produisent pas les concerts alors qu'en France, on prend le risque de vendre de la billetterie, on investit sur la scénographie et on permet aussi à l'artiste de devenir intermittent », analyse Julien Catala.

Autre constat que fait Stéphane Vasseur: « *En France, le maillage de salles est très important, avec, par exemple, notre réseau de Zéniths mais aussi de Smacs qui participent à la diversité culturelle et musicale dans notre pays. Le public a envie de voir les artistes, est prêt à y mettre le prix. Dans cet environnement en mutation, les tourneurs jouent un rôle de premier plan* ».

CHARLINE LECARPENTIER

## LA FABRIQUE CULTURELLE PRÉSENTE



© DR

### La Blogothèque en tournage à LA

## Timberlake clipé par des frenchies!

Soixante-dix-sept musiciens et choristes, un building de cinq étages, un plan-séquence... La Blogothèque présente: *Say Something*, une performance live de Justin Timberlake tournée à Los Angeles. Le producteur Christophe Abric dévoile les coulisses de cette vidéo hors norme.

récemment utilisé comme décor dans le film *Blade Runner 2049*. Six semaines après sa mise en ligne (le 25 janvier), la vidéo totalise plus de quatre-vingt-huit millions de vues. Il est loin, le temps des premiers Concerts à Emporter, ces courtes sessions acoustiques brutes, tournées dès 2006 par La Blogothèque en son naturel, dans des lieux inattendus. Neuf cent soixante-quinze vidéos plus tard, la marque attire désormais bien

au-delà du cercle des « indés ». Tenu au secret jusqu'à la diffusion de *Say Something*, le producteur et cofondateur de La Blogothèque, Christophe Abric, alias Chryde, peut enfin raconter les coulisses d'un projet technique et musical monstre.

Lire la suite sur La Fabrique culturelle: [la-fabrique-culturelle.sacem.fr/blog/](http://la-fabrique-culturelle.sacem.fr/blog/)

Ceci n'est pas un clip. Il faut se pincer très fort en découvrant que la dernière vidéo de Justin Timberlake, en duo avec le chanteur country Chris Stapleton, est en fait une captation live réalisée par La Blogothèque, plateforme incontournable de vidéos musicales et société de production de clips, pubs...

À l'image: dix-sept musiciens, soixante choristes et deux chanteurs déambulant dans le dédale du Braderie Building, trésor architectural de Los Angeles



La Fabrique culturelle recense chaque jour le meilleur du web pour décrypter les coulisses de la création artistique. Lire La Fabrique culturelle, c'est à la fois s'informer, s'étonner, s'inspirer et se projeter pour alimenter sa réflexion!