

## SOMMAIRE

### PAGES 2 et 3 :

- Tous en scène des rockers aux griots :
- Ils disent pourquoi ils chantent ;
- En haut de l'affiche, les stars

### PAGES 4 et 5 :

- Par et pour les médias :
- La dictature des programmeurs ;
- Le tube, une galette pour faire son beurre ;
- Bataille autour des clips.

### PAGES 6 et 7 :

- Le disque et l'argent du disque :
- Une galaxie en effervescence ;
- La SACEM ;
- Trusts et artisans.

### PAGE 8 :

- Une industrie en crise :
- Les pirates de l'audiovisuel ;
- Les nouvelles salles : grands vaisseaux ou galères ?

CLAUDE FLÉOUTER.

# LE SHOWBIZ

Il y a dans l'opinion française tout un folklore du show-business - du showbiz, comme on dit - qui a la vie dure. C'est la frénésie du paraître et des affaires qui agite un royaume des farces et attrapes de la renommée. Ce sont des faiseurs de couplets bêtifiants et les illusions faciles. C'est la vulgarité érigée en système.

Ces clichés appartiennent aux années folles du « yé-yé », à une époque où, à côté de quelques hommes d'affaires dynamiques et efficaces jouant le rôle de moteur, on avait vu grouiller tout un petit monde de grands enfants aux dents longues s'amusant bien au jour le jour. Depuis longtemps, ce côté « amateur » si détestable a fait place au professionnalisme et à la technocratie.

Et la chanson française est devenue plus inventive, plus proche des gens, plus riche en mélodies. Elle a poussé des jeunes à faire un bout de chemin en sa compagnie : en 1979, 19 029 auteurs-compositeurs touchaient des droits de la Société des auteurs et compositeurs (SACEM) et 844 comptes étaient crédités de plus de 100 000 francs ; en 1983, 22 583 auteurs-compositeurs percevaient des droits et 1 158 recevaient plus de 100 000 francs. La chanson française - ou du moins sa part la plus originale - n'est plus un monde parallèle au monde réel. Elle

est accordée à la vie de tous les jours. Elle dure trois minutes, le temps d'un court métrage, et elle constate, s'étonne, s'émerveille, embrasse les apparences et les rêves. Elle porte les incertitudes et les fantasmes de ceux qui se cherchent, se trouvent et puis, parfois, ratent. Elle escalade la gamme des sentiments, le manque de l'autre, la quête de l'autre. Elle joue sur le non-sens, la dérision.

La chanson française a fait sa mutation dans une période difficile pour l'industrie phonographique. Celle-ci, qui avait connu une formidable expansion continue pendant quinze ans, a été frappée de plein fouet à la fin des années 70 par un phénomène de lassitude et par l'accumulation simultanée de plusieurs crises : celle que connaît l'économie mondiale mais aussi celle d'un système américain de marketing, d'une politique de vedettariat qui est une stratégie de coût destinée à ramasser, à « pomper » le maximum de bénéfices en peu de temps. La concurrence plus forte des autres formes de loisirs et la pratique généralisée de la copie privée sont les autres causes principales de la chute vertigineuse de la vente du disque depuis six ans dans l'Hexagone comme dans les autres pays industriels.

L'époque où les entreprises discographiques se livraient à des débauches de dépenses appartient à un

passé révolu. La rigueur dans la politique artistique et dans la gestion s'est imposée avec force dans ce secteur industriel, plus sensible que d'autres aux fluctuations par sa nature même. Le disque (microsilicon ou compact) n'aura plus, dans une situation économique différente et dans un éventail de loisirs plus large, la place privilégiée qu'il a connu dans les années 60 et 70.

En peu d'années, le showbiz s'est métamorphosé. Des firmes ont disparu (Barclay, AZ). Les producteurs indépendants n'existent plus vraiment. Les directeurs artistiques non plus. Et le circuit parallèle de petits éditeurs phonographiques, d'entrepreneurs de spectacles et d'agents artistiques qui avaient participé si activement dans les années 70 au renouveau de la chanson française, avec Higelin et Lavilliers notamment, a été laminé.

La concentration est à l'ordre du jour. Pour les capitaux comme pour les artistes. Tant mieux si la rencontre entre le public et l'industrie se porte une année sur Renaud (780 000 albums vendus en 1984) ou sur Michel Jonasz, sans doute moins populaire mais qui a véritablement « éclaté » cette saison avec ses mélodies en forme de blues et un spectacle flamboyant.

## Une accélération vertigineuse

Tout va plus vite aujourd'hui et les transitions sont plus brutales. Les éditeurs comme les artistes doivent faire des efforts accélérés sous la pression des technologies qui transforment leur art. Le public n'a plus le temps d'apprécier vraiment la création des artistes et passe d'un groupe à un autre.

Comme celui qui fréquente les salles de cinéma, le public qui achète des disques est en majorité âgé de quatorze à vingt-quatre ans. Il vit dans le présent, dans l'immédiat, dans l'actualité à chaud. Limité dans son budget mais sollicité par les diverses formes de loisir, il doit opérer une sélection de plus en plus sévère de ses choix. Ses motivations d'achat sont liées à la mode. Sa mémoire culturelle est courte - au moins jusqu'à dix-huit ans - et il ne s'embarrasse pas de fidélisation. Il n'achète pas un nom - d'où la chute constante des « fonds » de catalogue, même si en France une personnalité comme Jacques Brel continue en partie à toucher les jeunes - ni un style. Mais des tubes. Certes, il y a déjà plus de dix ans qu'une redéfinition complète des produits et des comportements est en cours. Mais l'accélération du mouvement est devenue vertigineuse.

Le titre joue un rôle de plus en plus important, à l'étranger comme en France. Michael Jackson, victime d'un mauvais album et d'une saturation du marché, a une cote sérieusement en baisse. Sans une chanson à succès, il est de plus en plus rare qu'un chanteur ou un groupe rassemble un public. Le sol

n'est plus solide sous les pieds d'un artiste de variétés ou d'un rocker.

L'un et l'autre doivent rechercher des supports variés pour s'exprimer : le disque et le concert, le vidéo-clip, quelquefois la comédie musicale et le film. Il y a un déroulement de plus en plus mathématique d'une aventure qui évolue nécessairement avec l'environnement. Changer d'image est une obligation ressentie à un moment ou à un autre : David Bowie l'a fait maintes fois dans le rock. Johnny Hallyday a mis détroque sur détroque et Julien Clerc a cherché pendant deux ans avant de modifier son personnage, sa musique et ses textes, pour trouver un second souffle et un public plus large, plus jeune.

Le mouvement vers les grandes salles, l'inflation des coûts de production (trente millions pour Johnny Hallyday, dix millions pour France Gall et Eddy Mitchell) et du prix des entrées (en 1974, le prix moyen d'un billet était de 25 francs ; en 1984, de 110 francs), font partie de la nouvelle donne dans le show-business.

Il y a de moins en moins d'artistes en haut de l'échelle, mais qui gagnent de plus en plus, et de plus en plus de chanteurs tout en bas et qui touchent peu d'argent. Au milieu, il n'y a rien. C'est ainsi que les salles de capacité moyenne (entre 200 et 2 000 places) tendent à disparaître dans les régions. Les circuits traditionnels des variétés et l'« institutionnel » (maisons de jeunes et de la culture) se sont

effondrés. Ce qui est en question dans cette évolution, c'est l'avenir même d'une chanson française dont les vedettes ont entre trente-cinq et quarante-cinq ans.

Les agents artistiques organisateurs de tournée voient leur chiffre d'affaires maintenu ou même en progression. Mais c'est parce qu'ils font de grandes opérations (Johnny Hallyday, France Gall). Quelques chiffres de la SACEM sont révélateurs : en 1970, il y a eu 4 431 concerts organisés dans le cadre de tournées professionnelles ; en 1984, 3 559. La SACEM a perçu sur ces spectacles 2 125 000 francs de droits d'auteur en 1970, 29 821 000 francs en 1984. Si l'inflation commande de multiplier le premier chiffre par 3,3, les deux sommes ne sont guère comparables.

### Le poids du rock anglo-saxon

La raison en est simple. 50 % de ces droits SACEM proviennent à présent des tournées de rock anglo-saxon. En 1974, les Who, alors groupe superstar, ont donné six concerts à Paris et dans les régions pour un total de 58 497 spectateurs. Depuis trois ou quatre ans, David Bowie, les Rolling Stones, Simon et Garfunkel, Santana, Bob Dylan et bien d'autres rock-stars réunissent en un seul spectacle de 60 000 à 100 000 spectateurs.

Le marché du disque a subi la même évolution. En 1968, le répertoire international représentait 10 % du chiffre d'affaires de l'industrie phonographique française, qui est aux quatre cinquièmes, on le sait, aux mains des sociétés multinationales d'origine néerlandaise, anglaise ou américaine. A présent, il correspond à 50 % de ce même chiffre d'affaires. Paradoxalement, ce répertoire coûte plus cher : au prix de l'enregistrement vient se substituer celui de la licence - proportionnel à la vente, - qui est une forme de royalties très élevées, par suite des frais de fabrication.

Malgré cette dégradation des variétés françaises, il y a beaucoup d'auteurs-compositeurs, de chanteurs et de groupes qui surgissent et demandent à pouvoir travailler sur une certaine distance avant de se présenter comme une relève possible.

C. F.  
(25 janvier 1985.)

Dossier rassemblé par Pierre Kerleroux, professeur d'histoire et géographie, et Stéphane Cornu, professeur de sciences économiques au lycée de Massy-Vilgénis, avec la collaboration du service documentation du Monde et sous la responsabilité de Claude Fléouter.

## Dure limite pour Telephone

Il est 18 h 30. La pluie, la nuit, le froid, il fait triste à Reims autour du chapiteau spécialement planté pour le concert de Telephone. Depuis 7 heures du matin, l'équipe s'affaire. Depuis 7 heures ce matin, les petits commerçants du coin vivent à son rythme : les camions qu'on décharge, les échafaudages qu'on construit, le matériel qu'on teste, les ravitaillements de dernière minute.

Dehors, devant les barrières, ils sont déjà une centaine qui attendent en écoutant les répétitions, cet écho lointain et sourd en forme de bouillie sonore, sans âme et sans voix. Un bonus pas trop prestigieux qu'on vole quand même, parce que, après tout, ce n'est pas tous les jours... Le service d'ordre (ils sont neuf réguliers, plus des locaux selon les villes), frileux, en retrait, se fait discret. Et la pluie qui n'en finit pas de tomber.

Telephone termine la balance du son. Tout à l'heure, avant de monter sur scène, il y aura le rituel des interviews avec les radios libres et le moment où on se retrouve à quatre pour se changer, se concentrer. Dans la petite roulotte qui sert de loge, Richard, le batteur, se plaint à François, le manager : « Rien n'est prêt, on ne s'entend pas, il faut tout faire. » Reims est la deuxième étape d'une série de trente-six concerts. On est encore à essuyer les plâtres. On a beau avoir l'habitude, c'est toujours la même chanson. Pas forcément accordée. Une tournée qui débute, c'est un mélange pressurant et tonique d'angoisse et d'enthousiasme.

Cette fois, la barre est placée haut : quarante-deux personnes, trois bus, trois semi-remorques, une sono (36 kilowatts) et un système d'éclairage de pointe loués aux Anglais, une structure de scène sophistiquée avec un beau décor qui rappelle la pochette du nouvel album.

Le coût de production s'élève à 3 500 000 F. De plus en plus difficile à rentabiliser. La précédente tournée avait reçu onze mille personnes ; cette année, on en espère cent cinquante mille.

### Un marché difficile

Pourtant, la situation ne se présente pas sous le meilleur jour. « Même Frank Zappa s'est planté récemment en tournée », déplore François. Le marché est de plus en plus difficile, et Telephone doit se battre avec les chiffres. Le nouveau 33 tours (*Un autre monde*) s'est vendu à ce jour à deux cent mille exemplaires, soit soixante-dix mille de moins que le précédent (*Dure limite*) à la même époque - ce dernier avait coûté 1 200 000 F, plaçant le seuil de rentabilité à deux cent mille exemplaires ; avec les 700 000 F d'*Un autre monde*, il est heureusement réduit de moitié. Bien



monde : 350 000 F, et *Electric-cité* : 50 000 F) réalisés respectivement par Jean-Baptiste Mondino et François Sévénou, avec l'espoir de toucher l'étranger et surtout la fameuse MTV aux Etats-Unis.

« Que fait la France ? demande Corinne, la bassiste. Il fait froid sous ce chapiteau, c'est sinistre, le son est mauvais, la tente est trop basse pour installer la totalité de notre matériel et les gens payent 80 F. Alors, que faut-il faire, ne pas jouer, rayer Reims parce qu'il n'y a pas de salle ? » Cette année, Tele-

plus petit au plus grand, c'est le néant. Même pour Telephone, qui est pourtant, toutes nationalités confondues, le groupe de rock qui attire le plus de monde. A Lyon, le Palais des Sports est désormais fermé au rock. Il va falloir jouer sous chapiteau. Six villes de la tournée vont connaître le même sort. La location de l'emplacement à la mairie, celle de la tente aux gens du cirque et son transport : les coûts et les problèmes de sécurité en sont augmentés d'autant pour un confort et une structure d'accueil plus précieuses.

**Collection comment préparer...**

**SCIENCES-PO**  
(entrée en 1<sup>re</sup> ou 2<sup>e</sup> année) 324 pages. Présentation des I.E.P. (Paris, Province), conseils de méthode, présentation des épreuves, annales, débouchés.

**les GRANDES ECOLES de COMMERCE et de GESTION**  
388 pages, liste des préparations avec leurs résultats, les épreuves des concours, annales et statistiques, présentation détaillée de 28 écoles, débouchés et salaires.

**les ETUDES de MEDECINE et de PHARMACIE**  
(Paris et région parisienne)  
180 pages, présentation de la réforme des études médicales et des études de pharmacie, programmes et analyses des statistiques.



# Léo Ferré

*Léo Ferré continue son aventure comme au premier jour et parcourt chaque année les régions, se produisant dans plus de cent théâtres, sans orchestre, sans personne, avec des bandes-son, un piano et juste un projecteur, chantant près de trois heures sans entracte face à un public essentiellement composé de jeunes de quinze à vingt-cinq ans. A soixante-neuf ans, Ferré apparaît comme un homme pur, présent, très proche des gens, un poète plein de malice et d'humour et qui sait les partager, par exemple, ici, en disant : «Viens...», à un jeune ami.*

Dis-donc, Léo, l'âme adolescente ?  
Q'est-ce que ça veut dire ?

C'est celle qui n'a pas encore soif

C'est celle qui n'a rien de ce que tu peux imaginer

C'est celle qu'on descend de là-bas, très loin.

Quand l'habitude se réserve le droit de s'en aller ailleurs, dans les bistrotts que tu inventes à regarder longtemps, devant toi, le rien qui te fait grand et patient devant la vertu, le silence des autres, les problèmes de ce néant dont on ne peut parler, bien sûr, et qui crisse dans la psychologie adolescente.

- Comme mon âme, donc... adolescente...

- Non. Comme le vocabulaire qui t'est prêté par dix mille ans de signes, par dix mille ans d'ennui... De cet ennui que tu as chiffré, depuis 68, et qui t'est encore permis. L'ennui, petit, c'est la dernière auberge devant l'inanité. Mais... Mais...

68, 68... bien sûr. Il y a des chiffres qui veulent dire... quoi ?

Rien. Un sourire, peut-être. Le sourire du calendrier quand tu lui chatouilles la plante des pieds, sous un mois de mai qui te regarde.

Quand mai me regarde, je n'ai vraiment plus rien à espérer de ce printemps finissant et tué, bientôt par des vacances ahuries et peureuses. L'été 68. Et cet été passa comme un orage de saison. Les syndicats se mirent à penser, hélas... et tout finit dans l'Ordre.

Moi, j'avais le désordre dans le sang depuis ces années lointaines et, quand je me retourne pour les regarder, elles me font de l'œil comme pour me faire savoir que j'étais dans le bon sens négatif de cette vie tumultueuse et circulant à travers des forêts inventées par des oiseaux intelligents. Je ne

savais rien. Les oiseaux, non plus. J'avais six ans. Je marchais dans la rue en croyant que je dévalais des galaxies que les hommes ne pouvaient même pas nommer tellement elles étaient miennes. Les hommes me tenaient loin d'eux. Les femmes me regardaient avec cette insistance involontaire qui me les faisait accrocher au bout de moi, là-bas, à des années-lumière... Quelle horreur, l'évidence du charme ! Ça n'a vraiment plus rien de charmant et ça traîne... Ça traîne longtemps dans une salle de bains à compter les secondes devant un miroir obscène, tellement la solitude des yeux en face des trous est irregardable.

- Quel âge avais-tu en 68 ?

- Quatre ans.

Une loge d'artiste, dans un théâtre, quelque part, n'importe où, en 1982. Il était grand. Il pleurait. J'étais devenu pour lui une raison d'avoir grandi.

Quand je serai vraiment très jeune, je te parlerai comme il faut, nous irons tous les deux dans des pensées fantastiques comme des pays, tu sais ? Ces pays dont on parle quand on ne sait plus rien qu'une bribe de bonheur dans l'irrévérence et dans l'absolu des battements du cœur.

(1<sup>er</sup> décembre 1983.)