

Tout a commencé autour d'une bière, il y a deux ans et demi. Comme un gros délire qui fait briller les yeux.» A 36 ans, promu responsable de la communication et de la billetterie, Samuel Grosclaude fait comme ses potes du comité, David, Romain, Alexandre et les autres: son travail sans trop se la jouer.

Il y aurait de quoi, pourtant. Parce qu'en matière de truc délirant, les organisateurs du festival Long'I'rock n'ont pas œuvré à moitié. En décembre dernier, l'annonce de la seule date suisse de la tournée d'adieu du groupe Scorpions résonne comme un joli riff. Eh oui, la bande de Michael Schenker, quarante ans de carrière et plus de 75 millions d'albums vendus en bandoulière, c'est pour eux. Depuis lors, la liste des autres artistes bookés ne fait que confirmer le sérieux de l'entreprise: Skunk Anansie, Arch Enemy, Ska-P, Black Rebel Motorcycle Club, Young Gods, Trust, entre autres noms célèbres de ce qui constitue désormais une belle affiche.

Dans un petit village de 400 habitants...

Zut alors, doivent penser les fâcheux. Il semble bien que cette équipe de copains tous juste sortis d'une jeunesse campagnarde soient en passe de réaliser leur rêve: l'unique édition d'un gros événement 100% rock dans leur petite commune de Longirod, 900 mètres au pied du Jura vaudois, ses 400 âmes, son bistrot et sa jolie petite église. «Nés dans la région, nous nous connaissons tous depuis longtemps, résume Nelly Pellet, secrétaire «tout terrain». Nous avons tous plus ou moins fréquenté la Jeunesse du coin; on se retrouvait pour aller skier ou boire des verres à Lausanne.»

Mais aussi bien sûr pour fréquenter les multiples rendez-vous musicaux de l'été romand. Avec du plaisir matiné d'un petit regret: l'absence d'un vrai festival rock, «qui en explore les multiples styles sans mélange avec de la pop, du rap ou de la variété.» Un truc de purs et durs, quoi.

Si la presse évoque pour la première fois ce projet un peu fou l'été

dernier, pour les huit membres originels d'un comité qui en compte désormais vingt-cinq, les choses sérieuses commencent déjà en septembre 2008. «On tâta le terrain, on prenait des renseignements un peu partout auprès de nos connaissances», lâche Romain Zagni.

Né dans la commune voisine de Saint-George comme le vice-président David Mignot, c'est à lui que l'on doit le logo de la bête à cornes façon signe de ralliement rock'n'roll. «Disons qu'avant de passer commande pour nos différents articles de merchandising et

nos affiches, on ne me prenait pas trop au sérieux.» Cela a bien changé depuis, au point que même le visuel se voit dûment protégé.

Samuel Grosclaude le reconnaît aussi: «Notre projet paraissait au départ un peu mégalo.» Premier écueil: les autorisations com-



Quand l'amour du rock déplace les montagnes

Dans une petite bourgade vaudoise, la première et seule édition du festival Long'I'rock accueillera en mai des pointures comme Scorpions, Skunk Anansie ou Ska-P. Un miracle? Surtout l'immense boulot d'une bande de potes à portée de leur rêve.



Au bout de la route, un rêve qui se réalise pour les huit membres fondateurs du festival.

munales. «C'est clair, sans le soutien de la commune, nous pouvions tout arrêter.» Avec quelques girons et autres petites fêtes à leur actif, certains membres savent comment prendre l' élu local par le bon bout. «Après l'aval de la Municipalité, se souvient David Mi-

gnot, 26 ans, nous avons organisé une séance d'information avec diaporama et apéro. Les réactions ont été enthousiastes. Depuis, à peu près tous les habitants se sont proposés pour nous aider.»

Tout s'accélère. En janvier 2009, le noyau dur du comité

s'élargit, décide d'une séance hebdomadaire et distribue les rôles en fonction des aptitudes ou des préférences de chacun. Du coup, un cuisinier qui nourrissait d'autres envies se retrouve du côté de l'électricité. «Et c'est un guide de montagne qui prend en charge le poste nourriture», rigole Fabrice Badel, un enseignant de 31 ans qui s'occupe pour sa part des bénévoles. «D'ailleurs, nous en cherchons toujours, faites passer le message!»

Pendant le week-end de l'Ascension

Avec tout autant de clairvoyance, les organisateurs de Long'Rock décident d'une date: au vu d'un calendrier musical déjà bien rempli, ce sera du 13 au 15 mai. «Nous n'avons découvert que plus tard qu'il s'agissait du week-end de l'Ascension.» Mais surtout, ils confient tout ce qui concerne la programmation et la technique à des professionnels (*lire encadré*).

«Nous avons notamment blinde le contact avec les artistes, parce que comme pour la sono, c'est un domaine où l'improvisation ne rime pas avec la qualité.» Alexandre Rubin, 32 ans – répondant de la programmation, notamment pour la scène consacrée aux formations suisses – se félicite de ce choix précoce qui débouche sur une belle brochette d'artistes. Sans pour autant sacrifier l'esprit rock qui motiva l'aventure. «Chacun de nous a écrit des noms de groupes qu'il aimerait voir, puis nous avons compulsé l'ensemble jusqu'à obtenir une liste commune. Chaque membre du comité peut mettre le doigt sur au moins un nom d'artiste de notre programmation qu'il avait noté.»

Une affiche qui ressemble à un rêve

Le vice-président, David Mignot, renchérit: «Nous avons respecté notre budget et nous ne nous sommes rien fait refiler au rabais. Bien sûr, comme tous les festivals, il y a eu des impossibilités ou des refus, mais dans l'ensemble l'affiche ressemble à celle sur laquelle nous fantasmions au départ. Et ça, c'est vraiment une belle récompense.»

Ces derniers temps, le boulot ne manque pas. Et certains ont dû demander la clémence de leur employeur pour mener leurs tâches à bien. «On tente de bien faire jusqu'au bout, on ne veut pas passer pour des couillons», notent-ils en riant.

D'autant qu'évidemment le spectre du bouillon financier plane sur toutes nouvelles manifestations du genre. Même avec une foi inébranlable, de l'inventivité et de l'énergie à revendre, l'argent reste le nerf de la guerre. Et comme toute nouvelle manifestation, les établissements financiers et autres sponsors ont mis du temps à s'engager. «Nous allions les voir avec un beau projet, mais sans avoir ni visibilité médiatique ni véritable programmation. Pas facile à vendre.»

Une partie du budget couverte par un prêt

Les premières factures sont donc payées en interne, grâce à l'avance d'un membre du comité. Son identité ne sera pas révélée, tout juste le comité tient-il à corriger la notion de «donateur» donnée au départ par la presse locale. «Il s'agit clairement d'un prêt, ce camarade étant devenu créancier de la société anonyme de Long'Rock.»

Une partie du budget de 4 millions se trouve donc d'ores et déjà couverte. Sponsoring, billetterie, location d'une septantaine de stands, vente de boissons et autres produits dérivés devraient assurer un équilibre financier. Et s'il y a un bénéfice? «En principe, nous prévoyons d'en faire profiter la communauté locale.»

Unique, on vous dit. On pensait rencontrer une bande de jeunes un peu rêveurs et l'on se retrouve face à une petite équipe aussi forte que des vrais pros. Qui n'a pas peur d'espérer entre 30 et 50 000 spectateurs, d'annoncer la location de 7 hectares, dont 4 pour l'enceinte du festival proprement dite. Soit pas loin de la moitié de la surface du Paléo actuel; et l'on sait que l'Asse ne s'est pas fait en un jour. L'importance et la qualité des efforts accomplis interrogent sur l'unicité de l'événement longirois. «Pourtant, c'était l'idée au départ, et ça ➔

→ l'est resté», nous répond-on en chœur. Au-delà d'une question philosophique, toutes les autorisations se trouvent en fait liées à l'unicité de la manifestation. «L'aval de la commune, mais aussi des services de l'Etat et même des propriétaires des champs que l'on loue ne nous aurait pas été donné sans cette condition», ajoute Samuel Grosclaude. Qui rappelle, en même temps que ses camarades, que leur but consiste à ne pas prendre un bouillon, financier ou météorologique. Et de s'éclater en offrant un maximum de plaisir à un maximum de personnes. Rock'n'roll, quoi.

*Pierre Léderrey
Photo Thierry Parel*

Long'l'rock Festival, du 13 au 15 mai.
Billetterie ouverte via la Fnac, Ticket
Corner ou sur www.longirock.ch

Des pros derrière le rideau

Solstice Denervaud n'en est pas à son premier défi. Programmatrice depuis des lustres, la patronne d'Ishtar Music a engrangé les beaux contrats au défunt Leysin rock et alimente toujours de nombreuses affiches, dont celles de Caribana ou du Gurten. «Je monte un peu des soirées, je propose des artistes depuis l'autre côté du rideau», résume-t-elle dans un milieu où, souvent, moins on en dit, plus on en fait. Pourtant, ce joli CV n'a pas empêché une certaine appréhension de départ. «Lorsque les organisateurs du Long'l'rock m'ont contactée, le pari paraissait quand même osé. Pourtant, assez rapidement, j'ai constaté que l'équipe bossait avec

beaucoup de sérieux.» Premier conseil, très vite suivi: ficeler un dossier de présentation béton, arme fatale tant auprès des sponsors que des agents artistiques. «Certains organisateurs ne sont pas très clairs dans leurs envies ou leurs options. Là, tout le contraire: un événement rock. J'ai donc cherché dans cette direction, actionnant mes contacts un peu partout.» Solstice Denervaud met sa réputation en jeu puisqu'elle se porte garante du sérieux de la manifestation. Et, naturellement, «les agents se montrent très circonspects dans le cas d'un événement sorti de nulle part». La présence d'André Vouilloz, l'ancien chef technique de

l'entreprise VSP, aida à la manœuvre. Tout comme l'assurance d'un budget déjà en partie couvert par la fameuse avance a sûrement rassuré certains indécis. Dans tous les cas, rappelle la programmatrice, «la direction d'un festival reste maîtresse de ses choix. J'arrive avec l'un ou l'autre nom, en montrant ce que ça peut coûter. Et on me donne le feu vert ou non.» Autre difficulté, dénicher des groupes dont le planning, le «routing» dans le jargon, supporte un crochet par Longirod. «C'est du business, résume Solstice Denervaud. Et il faut bien le connaître pour monter une affiche qui se tienne.»

Publicité

ACTION

OFFRES VALABLES SEULEMENT DU 23.3 AU 5.4.2010 OU JUSQU'À ÉPUISEMENT DU STOCK
SUR TOUS LES PRODUITS SLOGGI

sloggi®

Mister Suisse André
Reithebuch lui aussi fait
confiance à sloggi men.

www.sloggi.ch

Disponibles dans les plus grand magasins Migros
Excepté les articles bénéficiant déjà d'une réduction

19.90
au lieu de **29.90**

10.- de réduction à
l'achat de produits
sloggi dès 20.-
p.ex. Sloggi Men
Avenue Duo Pack

12.90
au lieu de **17.90**

5.- de réduction à
l'achat de produits
sloggi jusqu'à 19.90
p.ex. Sloggi Woman
Double Comfort Tai



sloggi est en vente à votre Migros