



foto © Concertnews.be

Recensie:

Het verleden, het heden en de toekomst van Gracia Live

Gracia Live is een bedrijf opgericht door oude rot in het vak, Michel Perl, en zijn zoon Sam Perl. Hoe is het bedrijf dat concerten en evenementen organiseert ontstaan? En hoe houdt deze kleine onderneming het hoofd boven water? Een gesprek met een van de oprichters van Gracia Live: Michel Perl.

Mag ik stellen dat Paul Ambach en u samen sinds 1975 als evenementenbedrijf "Make it happen" naast Herman Schueremans (On the Rox) pionierswerk hebben verricht in de jaren '70 en '80? Dat jullie de internationale concertscene naar ons land brachten die tot dan toe nauwelijks aanwezig was in België? Hoe heeft u Paul Ambach destijds leren kennen en hoe zijn jullie in de sector gerold?

Ik kende Paul al van in het Koninklijk Atheneum in Antwerpen. Paul Ambach zat op universiteit in een studentenvereniging UNIFAC die kleine concerten organiseerde en hij speelde zelf ook muziek. We deden beiden ook veel aan sport zoals zwemmen en waterpolo. In 1972 beslisten we om samen James Brown naar België te brengen en stichtten ons bedrijfje "GEMco". De gedachte om dit te doen, speelde al langer. We hebben een namiddag- en avondconcert georganiseerd, wat toen heel zeldzaam was en beide waren uitverkocht. Een volle arena in Deurne met 4000 man en nog eens 7000 man in Vorst Nationaal. Zo zijn we in de entertainmentwereld gerold.

Hoe is dan "Make it happen" ontstaan?

"Make it happen" is eigenlijk uit "GEMco" voortgerold. In 1975 organiseerden Paul en ik een concert met Frank Sinatra. De toenmalige minister van financiën zag toen de maffia in Sinatra. Hij moest daarom van de minister bedrijfsvoorheffing in België betalen, alhoewel er toen een dubbelbelastingsverdrag tussen België en de VS bestond. Het was dus meer een daad van profileringsdrang vanwege de toenmalige van minister van financiën. Â Â Het kon hem niet schelen hoe, maar Frank Sinatra zou betalen. Wij hebben daarom uit voorzorg een aparte NV opgericht "Make it happen" voor moest er iets slecht lopen. Maar we hielden steeds rekening met een goede afloop omdat we op legaal vlak stevig in onze schoenen stonden. Â Zo was er geen risico dat "GEMco" zou kunnen opgedoekt worden. We hebben daarom ook toen juridische stappen ondernomen en we slaagden erin dat er toch geen bedrijfsvoorheffing betaald moest worden. Dus door het optreden van Frank Sinatra is "Make it happen" eigenlijk ontstaan.

Uit een gesprek met Jan Vereecke heb ik begrepen dat "Make it happen" in de jaren '80 voor het eerst Disney on Ice organiseerde in Gent. Toen bestond er nog geen centraal ticketingsysteem, maar verliep de verkoop via de platenwinkel. Een andere aanpak was nodig om zicht te blijven houden over het aantal verkochte tickets en zaalnummering. Het is via die samenwerking dat Tele Ticket Service is ontstaan en mensen tickets nu kopen via een gecentraliseerd systeem. Die samenwerking tussen de Perls en de Jannen van het Sportpaleis dateert dus al sinds de jaren '80?

Voor Disney on Ice hebben Paul en ik ook samengewerkt met Vic Heirbaut. Hij deed sponsoring en promotie bij ons en is nu de man achter Laundry Day. Wij hebben inderdaad de eerste jaren met Tele Ticket Service gewerkt en hen mee doen ontstaan. We gebruikten het ticketingbedrijf van de Jannen omdat indertijd alles via platenwinkels ging. Disney on Ice had een twintigtal shows met vier verschillende prijsklassen dus dat zou zeggen dat elke winkel 80 verschillende ticketrollen zou

moeten verkopen. Dat ging niet. Disney on Ice was dus de eerste show in België die gebruik maakte van de eerste elektronische ticketverkoop. Wij hebben de Jannen ook geholpen bij het zoeken naar artiesten voor de eerste edities van Night Of The Proms.

In 2001 kocht SFX Make it happen van u en Paul Ambach en daarna ook On The Rox, Sound & Vision en Rock Werchter van Herman Schueremans op. Herman Schueremans en Paul Ambach werden vervolgens collega's in hetzelfde bedrijf: Live Nation Belgium. U had het toen over een onvermijdelijke beslissing wegens de globalisatie van de entertainmentwereld. Liggen dan nu de kaarten anders dat er wel plaats is voor een onafhankelijke speler als Gracia Live? Wat is er dan gebeurd tussen 2001 en nu?

In 2001 hebben wij onze aandelen van "Make it happen" verkocht aan SFX die daarna Clear Channel Entertainment werd en daarna Live Nation. Ik was dan de eerste drie jaren de CEO van Live Nation België. De industrie bewoog inderdaad in de richting van een verdere globalisering. Het was de toekomst en we wilden mee deelnemen aan de verdere professionalisering van onze sector.

Evenementen- en concertorganisatie Gracia Live werd in 2009 opgericht door uw zoon Sam Perl met een startkapitaal van 18 600 euro. Waarom hebt u terug gekozen voor de evenementensector?

Sam begon met Gracia Live in 2009 en 2010 met als hoofdfocus het project Disney On Ice. Toen hij dit finaal binnenhaalde vormde dit de basis van Gracia Live. In 2011 vervoegde ik Sam en kwam de verdere groei van onze onderneming uit mijn oude vertrouwde contacten die ik doorheen mijn carrière heb opgebouwd. We hebben vervolgens nieuwe contacten aangelegd, maar de oude contacten vormden het fundament. Het was geen logische stap om terug iets te beginnen in de evenementensector, maar het was beter dat dan iets anders.

Waarom hebt u gekozen voor een BVBA als organisatievorm en de naam GRACIA?

Sam werkte in Barcelona en woonde in de buurt die Gracia heette. In België moesten we dan een naam vinden die gemakkelijk was voor zowel de Franstalige als de Nederlandstalige klanten en dus heeft Sam voor Gracia Live gekozen.

Je kon een BVBA of een nv of iets anders kiezen, maar hij koos voor een BVBA. Voornamelijk omdat het startkapitaal bij een BVBA minder hoog ligt dan bij een nv. Hoe hebben jullie jullie plaats in de concertwereld weten te bemachtigen en te behouden?

Ik zit al sinds 1972 in de branche dus ik ben niet nieuw. Ik doe het al heel lang en heb de juiste contacten. Die heb ik behouden en die geven mij nu hun artiesten door. Om te concurreren ben ik hier niet want als klein bedrijf kan ik naast Live Nation niet wedijveren, maar dat is ook niet mijn bedoeling. We willen gewoon ons kleine ding blijven doen en met mijn contacten verder werken. Als Sam (medeoprichter Gracia Live en zoon van Michel Perl nvdr.) het kan uitbreiden, des te beter. We zijn kleinschalig en zoeken niet de wereld te veroveren.

In 2013 kwam er dan de volledige overname van Vorst Nationaal door Music Hall. Al sinds 1998 waren u en Paul Ambach venue exploitanten van de zaal. Waarom stapten jullie uit Vorst Nationaal? Deed dat geen pijn om na 19 jaar Vorst Nationaal volledig uit handen te geven?

Het financiële wanbeheer en wantoestand van Vorst Nationaal en meerderheidsaandeelhouder Music Hall heeft ons in feite verplicht om onze aandelen te verkopen. Het is niet dat we het wilden doen, maar het was ofwel Vorst Nationaal volledig failliet ofwel een gedeelte ervan ontzeggen en eruit stappen. We waren voor 95% van de tijd in conflict met de meerderheidsaandeelhouder. Wij hadden een andere visie, een ander beeld en een andere manier van denken.

Jullie spitsen jullie vooral toe op internationale producties. (Bob Dylan, Neil Young,

Paul Simon, Duran Duran, Eros Ramazzotti, Laura Pausini, Seal, Jamiroquai, Cat Stevens, Disney on Ice,...) in mindere mate ook op nationale producties: de Grungblavers. Heel wat mensen in de business geloven nochtans zeer sterk in lokaal repertoire (sommigen denken zelfs dat daar de enige toekomst ligt) Waarom die keuze voor internationale producties?

Vroeger organiseerden we bijvoorbeeld wel een Helmut Lotti en hielpen bij sommige buitenlandse data te boeken, maar voor de rest heb ik niet veel contacten met lokale artiesten. We kunnen ze momenteel ook niet het gewenste traject aanbieden dat tot een plek op de affiche van Rock Werchter of Pukkelpop leidt. We kunnen ze daar niet plaatsen.

Momenteel ligt onze focus meer op de buitenlandse markt, maar we sluiten het niet uit om op lange termijn ook met lokale acts te werken. Onze deur staat hiervoor zeker open.

Jullie zetten ook sterk in op Italiaanse artiesten. Meer dan een nichepubliek?

Er is een groot publiek voor Italiaanse artiesten dat de meeste mensen hier niet inzien. De groten zoals een Jovanotti, Tiziano Ferro of Baglioni verkopen 5000 en meer tickets zonder probleem. Laura Pausini verkoopt uit in Vorst Nationaal en Eros Ramazzotti nog meer. Er is dus wel een Italiaanse markt. Andere Italiaanse artiesten verkopen ook zonder probleem 2000 tickets zoals Gigi D'Allesio, De Gregori, De verkoop van Il Volo is bijvoorbeeld in september 2015 van start gegaan, voor een concert in mei, en was in minder dan een week uitverkocht. Moda zelfs in 24 uren!

Er is dus zeker vraag naar.

U moet altijd rekening houden met wat Live Nation doet?

Dat niet, maar we moeten niet opbieden. Wij kunnen normaal met de Italiaanse artiesten spreken en op normale condities deals maken. We werken in een kleine niche en hebben persoonlijke contacten. Zowel met de artiesten als met het management en de agenten met wie wij samenwerken. We werken niet enkel met mails en een boekhouder. Dat is het verschil tussen een kleine organisator en Live Nation. Live Nation is nu wat de platenfirma's vroeger waren. Ze zijn gewoon een verdeelfirma. Ze krijgen artiesten, organiseren het, verkopen de tickets en sturen de winst door naar Los Angeles. Dat is alles.

Gracia live kwam uiteraard in het nieuws met twee grote namen die jullie wisten te strikken dit jaar: Adele en Céline Dion. Hoe gaat dat in zijn werk?

Dat is weer die verbinding met oude contacten. Als die mensen een andere groep hebben en ze mij kennen, gaan ze mij die aanbieden. Als ze mij niet kennen, doen ze dat niet. Langs de andere kant hebben wij Bruce Springsteen ook altijd gedaan, maar omdat hij 50% meer aangeboden kreeg bij Live Nation, is hij ook overgestapt. Artiesten zijn eigenlijk constant in beweging. Ofwel gaan ze naar de meest biedende ofwel zijn ze loyaal en blijven ze bij dezelfde mensen, maar zo zijn er heel weinig. In het algemeen werk je met de agenten en het management die je kent. Wij toch alleszins. Het hangt dus allemaal af van de agent en de manager, niet van de artiest. Filmmuziekconcerten brachten jullie net als jullie concurrenten Firestarter en Greenhouse Talent naar België. Sommige concerten van uw concurrenten kenden een matig succes, andere werden geannuleerd wegens onvoldoende belangstelling. Is het daarom, om het risico te spreiden dat u The Lord Of The Rings in Concert "nochtans een van de succesvolste filmconcerten in ons land - in coproductie organiseert met PSE, met Jan en Jan? Of wat was de reden?

Lord of The Rings had het eerste jaar heel veel succes met meer dan 10.000 verkochte tickets. We waren ook de eerste hier in België die filmconcerten brachten. We hebben dat toen in coproductie gedaan met PSE. Dat was vooral voor de faciliteiten en de medewerking van het Sportpaleis.

Krijgen jullie de concerten in een pakket inclusief volledige film en vast orkest en koor? Of moeten jullie zelf alles bijeen zoeken?

Nee, we moeten zelf alles regelen. Wij kopen de filmrechten, zoeken een eigen orkest en koor en verzorgen de vertaling. Het is geen pakket. Er zijn er wel, maar Lord Of The Rings moesten we zelf organiseren. Een pakket is natuurlijk gemakkelijker. Zelf in elkaar zetten, is veel meer werk.

Bij de ticketverkoop voor het concert van Adele in januari was de zwarte ticketmarkt zichtbaar aanwezig. Jullie willen samen met Tele Ticket Service en de Economische Inspectie actie ondernemen om de doorverkopers op te sporen en te bestraffen. Hoe gaan jullie dat juist aanpakken?

We hebben ondertussen een limiet gezet op het aantal tickets dat aangekocht kan worden: 4 tickets per bestelling. Anderzijds proberen we het maximum van de zwarte markt eruit te nemen door te zien dat niet steeds dezelfde mensen tickets kopen. Dat dezelfde creditcard niet ettelijke malen gebruikt wordt. Ik denk dat wij daarin bijna geslaagd zijn.

Alhoewel er ook een wet is die zegt dat je je tickets moet verkopen zolang die in voorraad zijn. Dus je kan de verkoop eigenlijk nooit weigeren. Zolang de tickets in voorraad zijn, moet je ze verkopen. Wat wij puur uit ethische overweging nooit zouden doen vooral omdat de tickets die via de secundaire ticketingmarkt verkocht worden - voorbeelden van zulke spelers zijn Viagogo en Seatwave - en de daaruitvloeiende omzet niet terugvloeit naar de personen die het hardst gewerkt hebben om een tour/project te realiseren. Namelijk de artiest en zijn entourage. Å

Wat wij gedaan hebben bij Adele is tickets geven aan Songkick, maar zij verkochten die tickets door aan dezelfde prijzen als de officiële ticketprijs op teleticketservice.be. De prijs die de artiest mee bepaalde. Å Het ging dus hier puur om een fan pre-sale. De artiest wordt er ook zelf bij betrokken want Adele had gemakkelijk 200 euro kunnen vragen voor een ticket, maar dat deed ze niet. In heel Europa werden dezelfde ticketprijzen gehanteerd.

Wij geven geen tickets aan Viagogo en Seatwave en ik hoop dat andere dat ook proberen.

Het heeft een relletje opgeleverd tussen jullie, Tele Ticket Service en Seatwave (een doorverkoopssite van Ticketmaster nota bene). Kunt u dat even uitleggen?

Dat is geen relletje. Seatwave is een cofirma van Live Nation/Ticketmaster en Seatwave is er om tickets aan een duurdere prijs te verkopen en zo extra winst te genereren. Dat is heel simpel. Ik zie het relletje niet in. Seatwave, Ticketmaster en Live Nation zijn één firma met dezelfde aandeelhouders. Ze zijn allemaal van Live Nation International dus Ticketmaster gaat automatisch Seatwave helpen. Je kan er niets tegen doen. Als het niet Seatwave is, is het wel iemand op de straat. Net zoals vroeger. Toen waren er ook mensen die tickets opkochten en voor de zalen de tickets duurder verkochten. Het enige verschil met nu is dat het gestructureerder gebeurt. Het is wel fout dat de doorverkopers kunnen verkopen, maar ik zie niet in hoe je het kan verbieden. Iedereen mag tickets kopen en verkopen volgens mij. Als iemand tickets van 500 euro wil kopen, moet die dat doen. Ik zie niet waar het strafbaar is. Het is vraag en aanbod. Dat is mijn mening. Wat fout is, is dat de organisator automatisch voor shows die uitverkopen een groot aantal tickets en ook de beste tickets aan secundaire ticketing geeft om extra inkomsten Å te genereren. Dat is het probleem met Seatwave en/of Viagogo en/of andere secundaire verkopers. Langs de ene kant zegt Live Nation dat ze tegen de secundaire verkoop van tickets zijn, maar langs de andere kant zitten ze met Seatwave of met Get Me In (ook een zusterfirma van Live Nation nvdr.). Ze spreken zichzelf dus tegen. Als er een concertganger twee tickets heeft en niet kan gaan en die probeert ze duurder te verkopen, dat is zijn eigen risico. Maar als een organisator honderden en soms duizenden tickets opzij zet om duurder te verkopen, is dat automatisch een foute boel. Dat is mijn mening.

Als jullie iets willen organiseren, komen de artiesten meestal aankloppen bij jullie of

gaan jullie zelf actief op zoek?

De grootste meerderheid komt aankloppen omdat we ze kennen en zij ons vertrouwen. We proberen ook zelf actief op zoek te gaan, maar het is moeilijk. Het is heel moeilijk. Ofwel moet je een geschiedenis hebben of iets speciaals aanbieden, ofwel moet je gewoonweg meer aanbieden.

De inkomsten van artiesten komen tegenwoordig voornamelijk uit concerten en ze vragen dus steeds meer. Met het gevolg dat tickets steeds duurder worden. Denkt u niet dat mensen hierdoor gaan afhaken?

Persoonlijk vind ik dat de prijzen al heel heel hoog zijn. (nadrukkelijk) Als je je bedenkt dat in de jaren '70 The Rolling Stones zo'n 300 frank (7,40 euro nvdr.) vroegen en de reservatiekosten 5 Belgische franken (0,10 euro nvdr.) waren en nu kost een normaal ticket 50 euro en reservatiekosten 5 tot 6 euro. De prijzen zijn enorm gestegen. Alhoewel vroeger een Frank Sinatra in '75 toch ook al 5000 frank (124 euro nvdr.) was. Ik zie daardoor het gevaar dat de mensen binnenkort heel sterk gaan moeten selecteren omdat ze niet genoeg geld zullen hebben om naar oneindig veel concerten te gaan. De mensen zullen minder kunnen doen omdat de concerten duurder worden. Tenzij ze een hoger salaris krijgen. Anders kan je het niet volhouden. Een groot concert is gemakkelijk 50, 60, 70 euro. Ik zie dat de tickets van de meer alternatieve zalen toch ook al 30, 40 euro zijn in plaats van 20 euro. Dus er zal een stop moeten komen want zo kan het niet verder. De mensen zullen echt een keuze moeten maken. Het is daarom ook dat alle grote artiesten groter worden, terwijl de beginnende artiesten weinig volk trekken. De mensen zoeken zekerheid als ze meer betalen en om iets te ontdekken, moet je het minimale betalen.

Wie ziet u als grootste Belgische concurrent voor Gracia Live?

Wij hebben geen concurrenten want we zijn zeer klein. Live Nation is twintig keer groter dus ik kan mij niet gelijk stellen met hen. Wij kunnen niet wedijveren met hen. Ik ben veel kleiner en heb geen dertig mensen bij mij werken. Ik heb geen mensen op straat die in mijn risicokapitaal geld geïnvesteerd hebben. Ik speel met mijn eigen geld. Ik zit niet op min 3 miljard \$ zoals Live Nation. Als ik op -100 000 zit, ben ik failliet. Er zijn dus veel verschillen.

U ziet geen concurrentie in bijvoorbeeld C Live of Greenhouse Talent?

C Live doet meestal Franstalige artiesten. Die varen niet in ons vaarwater. Greenhouse doet ongeveer hetzelfde als wij, maar hebben meer afname van de concurrent van Live Nation, AEG Live (de Amerikaanse tegenhanger van Live Nation nvdr.). Ieder heeft zijn eigen kleine niche. Ik kan me geen concurrent noemen van Live Nation want wij zitten heel ver van hun cijfers. Ik denk ook niet dat Live Nation ons als concurrent beschouwt.

Voor de ticketkoper maakt het niet uit wie de spelers zijn. Je hebt er ook niet zo veel. Je hebt Pascal van Greenhouse die vroeger een medewerker bij Maken it happen was, Manu bij Fire-Starter die werkt met het geld van Stad Brussel/Brussels Expo en mij assisteerde toen ik nog bij Live Nation was, C Live die inzet op Franstalige artiesten en Next Step uit Luik die ook concerten doen. En dan heb je Live Nation die 80% van de markt inneemt, met alsook een monopolie op de programmering van Werchter, Pukkelpop, Suikerrock, Graspop Metal Meeting!

Wat zijn volgens u de sterktes, zwaktes, opportuniteiten en uitdagingen voor Gracia Live?

De zwaktes zijn dat we geen festival hebben waar we artiesten op kunnen zetten en dat we geen deel kunnen uitmaken van de grote wereldtournees welke meestal door Live Nation opgekocht worden. Een risico nemen, gewoon om te kunnen concurreren en iets te hebben, dat moeten wij niet doen. Wij zoeken geen prestige. We willen gewoon verder werken en hopen dat we ervan kunnen blijven leven.

Onze sterktes zijn onze persoonlijke contacten. Zowel met de artiesten als met de agenten en de managers en niet alleen met de boekhouders. Dat we een

nichespeler zijn, is ook een sterkte.

Hoe ziet de toekomst van Gracia Live eruit? Wat willen jullie nog graag bereiken?

Hetzelfde wat we nu al doen sinds vijf jaar en dat proberen verder te doen. Wat enorme inspanning vraagt omdat we de groepen die we nu hebben, moeten blijven behouden en we moeten opboksen tegen anderen die bijna een monopolie hebben.

Maar we moeten ons ding blijven doen. Wat ik al sinds 1972 doe.

< Caro Dralants >