



INTRODUCTION

ILS SONT VENUS
D'UN PAYS
TRÈS AU SUD



« Nous avons un bus imaginaire : il s'appelle le "bus 5SOS". Nous le conduisons et les gens montent et descendent de ce bus, mais nous sommes les seuls à toujours rester à bord. Ces gars ne sont même pas mes meilleurs amis ; ils sont comme des frères pour moi maintenant. Comme ma famille. Alors où que se trouve le groupe, c'est là que je me sens chez moi, vraiment. »

Calum Hood – 60 Minutes australien

La scène musicale australienne n'a jamais été aussi vivante, diversifiée et bourrée de talent qu'à l'heure actuelle. En dehors de 5 Seconds of Summer, des artistes aussi variés qu'Iggy Azalea, la nouvelle reine du hip-hop, l'auteur-compositeur Vance Joy, le groupe électronique Empire of the Sun, et les stars de la drum & bass Pendulum ont, ces derniers temps, été couronnés de succès aussi bien critiques que publics à l'échelle mondiale.

Cette percée n'a pas été strictement limitée aux interprètes. Ces deux dernières années, la chanteuse et compositrice Sia Furler, qui est née à Adélaïde, est devenue l'une des compositrices les plus demandées au monde, écrivant des tubes internationaux pour une multitude d'artistes comme Rihanna, Lea Michele, David Guetta, Rita Ora, Katy Perry et Jessie J. Cela n'a pas toujours été le cas pour les artistes australiens et pendant de nombreuses années,

ils ont eu du mal à exporter leur talent hors de leurs frontières. Que cela ait été dû à un manque de sonorités originales ou simplement à l'isolement géographique du continent, les exportations australiennes étaient limitées dans l'ensemble à des artistes dont le son était très similaire à celui de leurs homologues américains et britanniques, ou à ceux qui utilisaient leurs racines australiennes comme un outil commercial.

Quand le groupe pop-rock de new wave australienne Men at Work rencontra un succès mondial en 1983 avec le titre « Down Under », il s'inscrivait parfaitement dans cette catégorie.

Avec des paroles remplies de tous les stéréotypes concernant l'Australie et la vie australienne que l'on pouvait imaginer, et un son qui évoquait vaguement l'hybride de rock et de reggae des Anglais de Police, Men at Work semblait offrir tout sauf un message profond. Pourtant il y avait plus dans ce morceau qu'un refrain obsédant et, à y regarder de plus près, il aurait pu être considéré comme un commentaire ironique sur le fait que la culture australienne, ses artistes et sa musique étaient largement ignorés, exclus et réduits à un simple cliché.

Les répliques « Ne pouvez-vous entendre le tonnerre ? » et « Vous feriez mieux de courir, vous feriez mieux de trouver un abri » dans le refrain auraient tout aussi bien pu s'appliquer à l'explosion de talent inexploité et de musique originale qui était sur le point de faire irruption dans ce « pays loin au sud » au cours des années à venir.

À partir du milieu des années 1980, l'Australie vit un bourgeonnement sans précédent de nouveaux talents musicaux. Il y eut un mélange international d'artistes tels que INXS ou les pionniers du métal AC/DC, le

chanteur de country Keith Urban, et une multitude de groupes de pop comme Savage Garden, Holly Valance, Delta Goodrem et la princesse indiscutée de la pop Kylie Minogue. La grande taille du pays et son isolement apparent des influences extérieures semblaient ne plus constituer un problème, et, dans le pire des cas, ajouter à la créativité et à l'originalité des musiciens qu'il produisait. C'est au sein de ce marché mondialisé de la musique que 5 Seconds of Summer fut lancé.

Leur histoire a été un conte de fées : ils ont produit une série de singles au succès mondial, un premier album plusieurs fois disque de platine et une armée de fans très fidèles. Pourtant, si beaucoup de choses ont changé dans le business de la musique au cours des dernières décennies, une chose est restée plus ou moins la même : il n'existe pas de succès surprise acquis du jour au lendemain, et 5SOS n'est pas une exception.

Même en considérant la célébrité instantanée que peut offrir la culture aujourd'hui, grâce aux médias tels que YouTube ou aux émissions de télé-réalité, dans le business de la musique, les choses prennent un peu plus de temps, demandant beaucoup de préparation et de travail en coulisses – sans oublier le fait qu'il faut trouver un artiste avec le talent, le style et la bonne attitude pour réussir en tout premier lieu. L'originalité et l'aptitude ne sont cependant que rarement les seuls facteurs nécessaires pour garantir le succès, et avec la multiplication des émissions de télé-réalité et des compétitions de chant télévisées telles que *The Voice*, *The X Factor* ou *American Idol*, la chance et le timing ont une part importante à jouer. Il est à peine surprenant que les membres d'un groupe de pop monté de toutes pièces comme One Direction deviennent des superstars mondiales aussi rapidement si on

considère la couverture médiatique internationale dont ils ont bénéficié sur une période de temps relativement courte. Leurs multiples apparitions dans le show télé le plus regardé du Royaume-Uni, *The X Factor*, chaque semaine durant plusieurs mois, ont inévitablement aidé One Direction à réunir un large public. Quand on ajoute l'exposition mondiale pour chacune de ses performances sur les chaînes vidéo en ligne telles que YouTube et autres sites Internet, il était presque inéluctable que le groupe construise une énorme base de fans et récolte les lauriers de sa célébrité.

Mais accumuler ce fan-club prêt à suivre votre ascension doit être considéré comme la part la plus facile du travail. Conserver ces fans quand le « prochain gros titre » sortira est une tout autre paire de manches. Aujourd'hui, si la fortune et la gloire peuvent arriver rapidement, la partie vraiment difficile, et la clé pour une véritable réussite, est de les faire durer.

À peu près à la même époque où Men at Work hissait le drapeau australien sur la scène internationale, le groupe de pop britannique Duran Duran connaissait un énorme succès aux États-Unis. En 1983, ils étaient déjà bien établis au Royaume-Uni, après avoir signé avec EMI Records – qui avait accueilli les Beatles avant eux, l'une des plus grosses et des plus prospères maisons de disques au monde – quelques années auparavant. « Hungry Like the World », la chanson qui les fit connaître aux États-Unis, était en réalité leur cinquième single au Royaume-Uni, issu de leur deuxième album, *Rio* (leur premier album éponyme était resté largement ignoré des Américains en 1981). Leurs triomphes furent récoltés de haute lutte, mais le groupe avait le soutien d'une puissante équipe presse et marketing derrière lui. Pour conquérir l'Amérique, le

groupe fut lancé pour une tournée mondiale, réalisant des concerts sans nombre, mais se retrouva coincé à l'autre bout du monde.

Un planning éreintant pour tout le monde, et avant longtemps, il commença à faire sentir ses effets sur certains des membres du groupe. Rien à voir avec le succès rapide connu par One Direction, mais le résultat final fut le même. Le batteur d'origine du groupe Duran Duran, Roger Taylor, raconta au magazine *Classic Pop* :

— Les gens pensent que c'est génial d'être un groupe à succès en nous voyant de l'extérieur, mais ce n'est pas le monde le plus intéressant à habiter – vous vivez dans des hôtels, avec des agents de sécurité pour marcher dans la rue, vous ne pouvez pas aller dans les boutiques. C'est une vie difficile. La pression est souvent inattendue et la quantité de travail à fournir assez extrême. Je vois des similarités avec la situation de One Direction aujourd'hui. Je me fais un peu de souci à leur sujet parce que quand vous êtes jeunes comme nous l'étions dans un environnement aussi intense... j'avais 19 ans quand j'ai rejoint le groupe, et à 23 ans je jouais au Madison Square Garden, me déplaçant autour du monde avec mon propre avion. C'était trop.

Les choses ont peut-être beaucoup changé dans l'industrie de la musique au cours des trente dernières années, mais il semble que les pressions subies par les artistes émergents cherchant la consécration soient restées plus ou moins les mêmes, et l'un des éléments clés pour gagner (et conserver) la fortune et la célébrité est d'être prêt à travailler pour les obtenir.

Au regard de leurs origines, le succès de One Direction aux États-Unis pouvait presque être considéré comme garanti. Rassemblés et choyés par une équipe expérimen-

tée de professionnels de l'industrie de la musique, bénéficiant d'une exposition massive dans un show télé réputé (puis au cours d'une tournée affichant complet à la suite de cette émission), signés par Syco, le label du puissant Simon Cowell et dotés d'un premier single créé par une équipe de producteurs responsables des plus grands hits d'artistes tels que Britney Spears, Westlife, Justin Bieber et Demi Lovato – comment auraient-ils pu échouer ?

Ce qui est *vraiment* remarquable, c'est quand un chanteur ou un groupe qui se présente sans connexion antérieure avec l'industrie de la musique et avec pas beaucoup plus qu'un rêve pour créer et partager la musique qu'il aime, rencontre un public prêt à partager sa passion.

Venu de nulle part, il parvient à réunir un public d'amateurs aimant sa musique, et à construire une audience suffisamment loyale et dévouée pour trouver sa place dans les tops de son pays par ses propres moyens – tout cela sans l'aide d'une émission de télé nationale ou d'une major du disque le soutenant à chaque détour. 5 Seconds of Summer est un exemple parfait de ce genre de phénomènes. La semaine suivant l'arrivée du premier album du groupe à la tête des ventes aux États-Unis, avec plus d'un quart de millions d'exemplaires écoulés, le futur mentor de 5SOS, le musicien et producteur John Feldmann, soulignait dans le magazine *Billboard* :

— Il n'y a pas de formule à la Simon Cowell trouvant une bande de mecs très mignons. Ce sont juste trois types bien bâtis venus d'Australie qui aimaient le même genre de musique et ont monté un groupe ensemble.

Cela ressemblait plus à un énoncé de la réalité qu'à une adaptation des faits. Quand Luke, Michael, Calum et Ashton, un groupe de jeunes gens pragmatiques de Sydney, se réunirent pour interpréter leurs morceaux

favoris, puis décidèrent de les partager avec le monde au moyen de vidéos sur YouTube, personne n'aurait pu prédire qu'en l'espace d'à peine deux ans, ils en seraient à produire des disques en tête des charts à travers le monde et à jouer dans des salles archicomblées pour des millions de fans.

L'histoire de 5 Seconds of Summer n'est pas simplement l'histoire d'un groupe de rock venu d'Australie qui a conquis le monde avec une série de chansons entêtantes ; c'est bien plus que cela. C'est l'histoire d'une mini-révolution. C'est l'histoire de quatre adolescents qui n'ont pas seulement compris le pouvoir de la musique et comment elle peut réunir un groupe de personnes, mais qui ont aussi pris pleinement conscience du potentiel d'Internet et des réseaux sociaux pour séduire une famille de fans en expansion constante et rester connectés avec elle.

En utilisant des outils comme YouTube, Facebook, Twitter, Instagram et toutes les autres plates-formes pour rester en contact constant avec leurs fans les plus fidèles, ils ont créé une armée de supporters, prêts à les suivre où que les mène leur incroyable *success story*. Avec plus de 6 millions et demi de « Likes » sur la page officielle Facebook du groupe, un nombre d'abonnés sur Twitter supérieur à 10 millions et près de 100 millions de vues sur YouTube pour leurs vidéos au moment où j'écris ces lignes, le groupe a une des communautés de fans les plus grandes au monde... de tous les temps ! Ajoutez à cela des concerts complets aux quatre coins de la planète et deux tournées mondiales en première partie de One Direction, et leur audience mondiale cumulée ferait certainement la jalousie de la plupart des groupes les mieux établis. Le plus incroyable sans doute est le fait qu'ils ont accompli cet exploit majoritairement avant d'avoir signé un contrat

avec une grande maison de disques ou sorti leur premier album. Quand vous rajoutez à l'ensemble le large succès de leurs singles, de leurs EPs et de leurs albums, il est aisé de voir que 5 Seconds of Summer, aux côtés de la grande famille de 5SOS, représente plus une force de la nature qu'un simple groupe.

Ce livre explore leurs origines, la route qui les a conduits au succès et révèle le rôle des fans dans la quête du groupe pour une domination mondiale. Accrochez votre ceinture. Les montagnes russes vont vous faire décoller alors que Luke, Michael, Calum et Ashton crient « Don't Stop » et vous demandent d'être leur « parfait » compagnon alors qu'ils continuent à conquérir le monde.