

Artistes de musique ancienne et entreprises mécènes

Logiques socio-économiques
de coopérations inédites

Executive Summary

En France, les années 1970-80 sont marquées par un développement des aides publiques et privées à la création. Mais le recours aux fonds privés ne fait pas l'unanimité chez les acteurs culturels, qui craignent pour beaucoup de voir leur autonomie menacée. C'est dans ce contexte que se nouent des alliances inédites entre des grandes entreprises françaises et des artistes d'un genre jusque-là marginalisé, la musique ancienne.

Quelles ont été les conditions d'émergence de ces partenariats ?

Le contexte économique et politique des années 1980 a favorisé le développement du mécénat pour la musique ancienne

- Dans un contexte de libéralisation du secteur public, le mécénat à destination d'acteurs culturels est un moyen privilégié **de réaliser des placements distinctifs et ainsi de gagner la confiance des investisseurs** pour les entreprises nouvellement privatisées.
- De son côté, la musique ancienne connaît **un succès grandissant auprès des auditeurs**, mais elle est **peu subventionnée** par les pouvoirs publics.
- Dès lors, les ensembles de musique ancienne en quête de financement vont trouver auprès de ces entreprises des alliés. Au tournant des années 1980-1990, **l'argent des entreprises** constitue **entre 10% et 20% de leurs ressources**.

Cette entente rapide s'explique par une convergence des intérêts et un respect mutuel des partenaires

Pour les entreprises mécènes, la musique ancienne présente quatre caractéristiques qui font d'elle un placement de premier choix :

- **Disponibilité** : la musique baroque est une niche encore peu subventionnée par les autorités publiques.
- **Originalité** : courant suscitant les curiosités et se réclamant de l'avant-garde, le baroque du XXème siècle offre aux entreprises mécènes un moyen de se distinguer dans le paysage du mécénat culturel.
- **Succès public** : le renouveau de la musique baroque connaît un engouement auprès du grand public ce qui en fait un objet de communication pertinent pour les mécènes.
- **Nomadisme** : la légèreté des ensembles baroques et donc leur mobilité (bien plus grande qu'une formation symphonique) coïncide parfaitement avec les dimensions locales et internationales que les entreprises concernées souhaitent donner à leur action de mécénat.

Pour les artistes de musique baroque :

- Les entreprises mécènes sont perçues par les artistes comme **des partenaires financiers plus fiables** que l'administration publique.
- Les partenariats avec des grands groupes augmentent **la crédibilité des artistes**.
- Les responsables du mécénat se montrent **respectueux du travail des artistes**, en n'exerçant pas de pression sur eux.

Ceci est un résumé opérationnel d'une publication plus dense. Nous invitons nos lectrices et nos lecteurs à faire une lecture complète de cette dernière afin de saisir l'épaisseur de l'analyse réalisée, ainsi que l'importance des nuances qu'un travail scientifique permet de soulever.