

Belfius remplace ING comme sponsor principal de la Chapelle musicale

Le bancassureur belge et le centre d'élite pour jeunes musiciens classiques de Waterloo scellent un partenariat pour trois ans qui ne devrait pas se limiter aux espèces sonnantes et trébuchantes... Rencontre. *Xavier Flament*

À l'étage de la direction de Belfius, qui surplombe la galerie où s'expose la fameuse collection d'art moderne et contemporain du bancassureur, Grégor Chapelle et Marc Raisière sont réunis pour officialiser un nouveau partenariat de trois ans. Belfius remplace en effet ING comme sponsor principal de la Chapelle musicale Reine Elisabeth, dont le montant ne nous a pas été communiqué. «Pas utile», glisse Marc Raisière, patron de Belfius...

«On peut préciser tout de même que Belfius devient, de loin, notre premier partenaire», précise Grégor Chapelle, qui rappelle à quel point le centre d'excellence pour musiciens classiques, à Argenteuil, dont il a pris les rênes depuis un an suite au décès de Bernard de Launoit, dépend des soutiens privés pour fonctionner.

«Ce n'est pas un partenariat public-privé, mais privé-public», dit-il en forme de boutade. «Cela requiert une innovation permanente pour maintenir notre niveau international. Le financement public se monte à 10% (sur un budget global de 4 millions d'euros par an, NDLR), tandis que le financement privé est de l'ordre de 60%, le reste provenant de nos activités, dont la vente de tickets et de concerts.»

Marc Raisière n'entend pas renouer avec la glorieuse époque du concours du Crédit communal, devenu Axion, puis Dexia et enfin Belfius Classics, avant de s'arrêter définitivement en 2015. «Mais le classique nous manquait», dit-il en esquissant l'éventail du sponsoring de Belfius. «Il y a les actions que l'on fait pour les familles ou les populations en souffrance avec Viva For Life et le Télévie. Le sport reste présent à travers des pratiques plutôt collectives comme le hockey, le

Comité Olympique et Interfédéral Belge (COIB) et les Special Olympics. Enfin, il y a l'art avec notre galerie. Mais nous ne nous limitons pas à la peinture et aux expositions: notre portefeuille d'ambassadeurs comprend quatre ou cinq artistes, des chanteurs.»

Mécénat de compétences

Les contours du contrat restent encore à définir à ce stade. Grégor Chapelle se réjouit de l'apport financier qu'il représente pour lui permettre d'approcher la cour des grands à l'international (la Juilliard School of Music, à New York, et la Kronberg Academy, en Allemagne), mais il voit l'accord davantage comme un partenariat, lorgnant la visibilité que les 2,3 millions de clients digitaux, présents sur l'app Belfius, pourrait donner à ses jeunes musiciens. «On le fait avec le hockey, ce qui a permis d'augmenter de 10% le nombre d'adhérents à la fédération. Peut-être pourra-t-on le faire aussi, à un moment donné, avec quelques artistes de la Chapelle musicale», lance Marc Raisière.

Grégor Chapelle imagine aussi un mécénat de compétences comme l'ont développé récemment Flagey et BNP Paribas Fortis avec le lancement de «Flagency», une agence visant à accompagner les jeunes artistes dans leurs démarches entrepreneuriales (L'Echo, 9/11/23).

«Notre volonté, c'est de faire évoluer le modèle pédagogique de la Chapelle musicale», dit-il. «Le modèle académique va demeurer dans du compagnonnage entre maîtres et élèves, mais on voudrait que nos jeunes deviennent beaucoup plus acteurs de leur propre carrière, avec des appels à projets en interne pour qu'ils puissent développer des compétences en marketing digital, se former à négocier avec un futur agent, savoir communiquer ou pratiquer la médiation culturelle. Tout est encore à créer, mais il est évident, dans cette perspective, que nous fassions appel à notre premier partenaire et aux compétences des équipes de Belfius.»

Marc Raisière, quant à lui, espère contribuer à l'ouverture d'esprit des jeunes musiciens classiques en les associant à d'autres musiciens maison, comme lors d'un récent concert avec, notamment, la chanteuse pop Typh Barrow. «Je vous lis son message», dit-il en dégainant son smartphone. «La répétition s'est très bien passée: quel cadeau que de jouer avec un orchestre à cordes!» «Nos jeunes étaient enchantés, ils ont adoré», enchaîne Grégor Chapelle. «Tout est envisageable.»

Prêt immobilier?

Les partenaires évoquent déjà une dizaine de concerts de prestige, le parrainage de musiciens dont il est possible de suivre l'évolution durant les trois années de leur cursus à la Chapelle, un festival en Flandre pour élargir l'ancrage belge d'une institution, certes internationale, mais souvent considérée comme francophone. Et il y a, bien sûr, le financement des chantiers importants de la Chapelle musicale, notamment la construction d'une salle de répétition pour orchestre et de nouveaux studios de répétition. «On va d'abord appeler notre premier partenaire», dit Grégor Chapelle en glissant un regard à Marc Raisière.

«Si on peut rendre la musique classique accessible au plus grand nombre grâce à notre application, c'est tout un monde de beauté et d'émotion qui va s'ouvrir.»

MARC RAISIÈRE
CEO DE BELFIUS

Les deux hommes s'entendent en tout cas sur une valeur commune – l'excellence. «Nos musiciens passent, littéralement, des dizaines de milliers d'heures de travail pour atteindre l'excellence, sans complaisance pour eux-mêmes», témoigne Grégor Chapelle.

Ce n'est pas de l'élitisme, mais une question d'accès, conclut le banquier. «Lorsqu'on a lancé notre galerie d'art, en 2017, nous avons permis à tous nos clients et aux non-clients de venir le samedi matin. C'était un peu compliqué au début et maintenant, c'est plein! Si on peut rendre la musique classique accessible au plus grand nombre grâce à notre application, c'est tout un monde de beauté et d'émotion qui va s'ouvrir.»



Grégor Chapelle (à gauche), directeur de la Chapelle musicale Reine Elisabeth, et Marc Raisière, CEO de Belfius, réunis dans la galerie Belfius. © VALENTIN BIANCHI / HANS LUCAS