

---

## Françoise Benhamou

Professeur, Économiste, Université de Rouen et de Paris I, Chercheur au MATISSE, UMR CNRS. Spécialiste de l'économie de la culture, auteur de nombreux ouvrages et articles. *L'Economie du Star System*, éd. Odile Jacob, Paris, 2002. *L'Economie de la culture*, éd. La Découverte, col. Repères, 4ème éd., Paris, 2003.

Le texte suivant est tiré de «*L'Economie de la culture*», éd. La Découverte, col. Repères, 4ème éd., Paris, 2003, pages 3-6 et 91-96, avec l'autorisation de l'auteur.

### Introduction

Alfred Marshall écrivait en 1891 (*Principles of Economics*, tome 1, p. 391) : « Il est impossible d'évaluer des objets tels que des tableaux de maître ou des monnaies rares, puisqu'ils sont uniques dans leur genre, n'ayant ni équivalent ni concurrent. [...] Le prix d'équilibre des ventes [de ces objets] relève beaucoup du hasard ; toutefois un esprit curieux pourrait retirer quelque satisfaction d'une étude minutieuse du phénomène. » Peu d'économistes se sont intéressés à l'art ou à la culture. S'il leur est arrivé de le faire parfois, c'est moins en tant qu'économistes qu'au titre de leurs inclinations pour l'art. Pourtant, les quelques réflexions que certains consacrent, comme par accident, à l'économie de l'art ont permis de poser les jalons d'une approche du domaine.

Pour Adam Smith ou David Ricardo, la dépense pour les arts relève de l'activité de loisirs, et ne saurait contribuer à la richesse de la nation. Smith voit la culture comme le domaine par essence du travail non productif : « Leur ouvrage à tous [les travailleurs non productifs], tel que la déclamation de l'acteur, le débit de l'orateur ou les accords du musicien, s'évanouit au moment même où il est produit. » (Livre II, chap. 3.) Il souligne toutefois le caractère particulier du travail artistique qui nécessite des investissements longs et coûteux ; ainsi écrira-t-il : « L'éducation est encore bien plus longue et bien plus dispendieuse dans les arts qui exigent une grande habileté [...]. La rétribution pécuniaire des peintres, des sculpteurs, des gens de loi et des médecins doit donc être beaucoup plus forte. » (Livre I, chap. 10, section 1). La rémunération de l'artiste reflète le coût de l'investissement que son travail a exigé. Smith reconnaît, certes implicitement, les effets externes (le terme n'est pas employé) de cette dépense : « [...] Si l'État encourageait, c'est-à-dire s'il laissait jouir d'une parfaite liberté tous ceux qui, pour leur propre intérêt,

voudraient essayer d'amuser et de divertir le peuple, sans scandale et sans indécence, par des peintures, de la poésie, de la musique et de la danse, par toutes sortes de spectacles et de représentations dramatiques, il viendrait aisément à bout de dissiper dans la majeure partie du peuple cette humeur sombre et cette disposition à la mélancolie qui sont presque toujours l'aliment de la superstition et de l'enthousiasme. » (Livre V, chap. 1, section 3).

Plus tard, Alfred Marshall reconnaît : « La loi qui fait que plus on écoute de la musique, plus le goût pour celle-ci augmente » : il ouvre la voie à l'analyse des consommations artistiques qui constituent une exception à la théorie de la décroissance de l'utilité marginale. Le bien-fondé d'une approche économique de la culture est négligé par John Maynard Keynes, qui pourtant n'hésite pas à prendre le contre-pied des méthodes qui pouvaient prévaloir en son temps. Collectionneur avisé d'œuvres d'art, il arrive à convaincre le chancelier de l'Échiquier d'acheter des collections privées. Il contribue à ce que de grands mécènes, tel Samuel Courtauld, participent au financement d'une caisse de garantie d'un revenu pour des artistes dont la renommée encore balbutiante ne suffit pas à assurer de quoi vivre.

Sans que ne se dessine encore à proprement parler une analyse économique du secteur culturel, on voit progressivement émerger les concepts qui forment le socle de l'économie de la culture : effets externes, investissements longs, spécificité de la rémunération incluant un fort degré d'incertitude, utilité marginale croissante, importance de l'aide publique ou privée.

Les institutionnalistes américains s'attelleront à définir l'importance des arts dans la vie économique. Kenneth Boulding (*Ecodynamics : A New Theory of Social Evolution*, 1978) considère les arts comme un moyen de créer et de faire circuler l'information. John Galbraith (*Economics and the Public Purpose*, 1973) prévoit quant à lui que les arts sont appelés à prendre une importance économique croissante. Il regrette ce mouvement qui veut que l'on confie les décisions à des personnalités étrangères au milieu des artistes et des conservateurs, rappelant que les banquiers ont souvent péché par imprudence en matière de prêts et n'ont pas nécessairement de leçons à donner aux conservateurs sur la façon dont il convient de gérer une institution (« L'artiste et l'économiste. Pourquoi les deux doivent se rencontrer », conférence du 18 janvier 1983, Arts Council, Grande-Bretagne).

Mais ce seront surtout les travaux de William Baumol et de William Bowen sur l'économie du spectacle vivant, ceux de Gary Becker sur la consommation de biens dont le goût s'accroît au



fil du temps, et ceux d'Alan Peacock et de l'école du *Public Choice* qui traceront les voies de la future économie de la culture. Celle-ci restera longtemps partagée entre les résultats contradictoires de ces travaux : tandis que Baumol et Bowen démontrent avec brio que l'économie culturelle est tributaire des subventions publiques, les seconds chercheront à renouer avec les paradigmes traditionnels de l'économie politique, Becker tentant de démontrer que les comportements culturels demeurent rationnels et maximisateurs, y compris en matière de consommation, et les derniers démontrant que la même rationalité pousse les administrations à s'octroyer des rentes, tandis que des groupes de pression s'attribuent les retombées de l'intervention publique.

L'économie de la culture s'est ainsi développée, étendant progressivement son territoire et ses méthodes, jusqu'à obtenir une reconnaissance institutionnelle dont témoigne la publication en 1994 d'un *survey* de David Throsby dans le *Journal of Economic Literature*. Trois facteurs ont contribué à cette reconnaissance : la mise en avant d'une propension à générer des flux de revenus ou d'emplois, le besoin d'évaluation des décisions culturelles et, au plan théorique, le développement de l'économie politique vers des champs nouveaux (économie des activités non marchandes, révision du présupposé de rationalité, économie des organisations, économie de l'information et de l'incertitude). L'économie de la culture devient un terrain privilégié de la vérification empirique d'avancées nouvelles : elle emprunte ici ses grilles de lecture à la « nouvelle microéconomie ». Dès 1976, Mark Blaug écrit de manière prémonitoire : « Les économies de l'art constituent une sorte de terrain d'expérimentation de la pertinence des concepts économiques fondamentaux. »

### **La délimitation du champ de l'économie culturelle**

Longtemps réduite au champ de l'art, dans la tradition anglo-saxonne, l'économie de la culture a ignoré les industries culturelles, considérant qu'elles relevaient du domaine de l'économie industrielle. Pourtant, les liens sont plus forts qu'on ne le croit entre les industries culturelles et les arts vivants ou les beaux-arts. Le rôle de vitrine promotionnelle que joue le spectacle vivant pour la musique enregistrée, les produits dérivés en tout genre issus de nos musées, l'importance de la création en amont des produits industriels, tout cela milite en faveur de la prise en compte des industries culturelles, cinéma, édition de livres et édition de disques, dans le champ de l'économie de la culture.

Quant à l'économie des médias (presse, radio, télévision), elle fut longtemps considérée comme un champ à part, avec ses modes de consommation et de distribution spécifiques (produits solidaires, achats indivisibles), pour des produits d'information, avant tout éphémères. Les rapprochements sont aujourd'hui multiples entre industries traditionnelles et médias, avec la constitution de groupes multimédias et la diffusion de nouvelles technologies qui redessinent complètement les séparations entre les supports.

Qu'ont alors en commun la fréquentation des beaux-arts et celle des salles de cinéma, la lecture et l'écoute de la musique ? Des modes de formation de la demande analogues, des inégalités de fréquentation qui épousent les lignes de clivage dessinées par d'autres inégalités sociales, et, à l'autre bout de la filière, en amont de la production des biens culturels, le travail d'un créateur, au cœur de la formation de la valeur. Parce que consommations et emploi permettent à la fois d'appréhender le poids de l'économie culturelle et de saisir des éléments de convergence et des grilles d'analyse communes aux différents secteurs de la culture, notre premier chapitre leur sera consacré : on y trouvera les développements théoriques qui rattachent une partie de l'économie de la culture à la nouvelle microéconomie ainsi que quelques repères pour une analyse du droit des auteurs. Dans les trois chapitres suivants, nous étudierons l'offre : en premier lieu, l'offre de spectacle vivant, sans doute la plus spécifique (chap. II), puis celle des beaux-arts, depuis l'analyse des mouvements spéculatifs sur les marchés de l'art jusqu'à l'économie des musées et du patrimoine (chap. III). L'étude des industries culturelles, livre, disque, cinéma, nous conduira à constater la polarisation du marché entre de petites unités parfois éphémères et des groupes, dont les logiques de développement sont de plus en plus tournées vers les nouvelles technologies de l'information (chap. IV). Quel qu'en soit le domaine, l'intervention de l'État, fréquemment controversée, contribue à modeler l'offre et à infléchir la demande. Nous la rencontrerons tout au long de ce livre. Dans un dernier chapitre, nous en préciserons les fondements et les perspectives.

## V / Les politiques culturelles

La tradition interventionniste de la France, comme saturée pendant les années où Jack Lang eut la charge de la politique culturelle (1981-1986 et 1988-1993), a été critiquée avec virulence à partir de la fin des années quatre-vingt, le « tout-culturel » nourrissant pour les uns la « défaite de la pensée » [Finkelkraut, 1987], contribuant pour les autres à la stérilisation de la création par « l'État culturel » [Fumaroli, 1991] et à la toute-puissance d'une bureaucratie plus sensible à ses rentes qu'au développement harmonieux du secteur [Frey et Pommerehne, 1989].

### 1. Les fondements économiques des politiques culturelles

L'économie politique paretienne est fondée sur l'idée que la libre concurrence sur les marchés permet d'atteindre le maximum de bien-être collectif. L'intervention publique en faveur de la culture tire alors sa légitimité des défaillances du marché, qui résultent de la nature des biens, indivisibles et collectifs ou mixtes [Farchy et Sagot Duvaurox, 1994 ; O'Hagan, 1998]. Les effets externes, au profit d'autres activités ou des générations futures, se traduisent par un décalage entre bénéfices sociaux et bénéfices privés retirés de la dépense, et justifient l'intervention culturelle.

On peut aussi arguer du fait que la dépense publique produit un effet multiplicateur sur l'activité économique. Dans la tradition des travaux de William Baumol, on invoque des arguments d'économie industrielle pour conférer une légitimité à l'aide aux secteurs en déclin ou aux industries naissantes. Les particularités de la demande peuvent enfin requérir l'intervention publique, qu'il s'agisse de réduire les inégalités sociales en démocratisant l'accès à la culture, de limiter les facteurs d'incertitude par des

réglementations protectrices, ou bien encore de permettre aux générations futures de jouir d'un patrimoine entretenu et enrichi.

*L'argumentation libérale. Les défaillances du marché*

Le bien culturel revêt en partie un caractère de bien collectif, au sens que Paul Samuelson [1954] a donné au terme : sa consommation par un individu n'est pas exclusive de la consommation de la même quantité du même bien par un autre individu (non-rivalité). Elle est indivisible : qu'il s'agisse d'entrer au cinéma ou au théâtre, de visiter un musée, plusieurs personnes peuvent jouir de l'accès au bien culturel, sauf encombrement et saturation. Le coût marginal du spectateur ou du visiteur supplémentaire est donc nul, et, si l'exclusion par le prix est possible, un paiement forfaitaire, libre de la confrontation entre offre et demande, est établi. Il se peut de plus que l'offreur soit dans l'impossibilité de faire payer un prix pour l'accès à ce bien (non-excluabilité). Rien n'interdit à quiconque le souhaite de jouir de la vue sur tel monument du patrimoine culturel. Le consommateur espère alors bénéficier de cette vue sans avoir à s'acquitter d'un prix qui représenterait sa contribution à l'entretien de ce patrimoine. Seul l'État, en répartissant la charge sur les citoyens par le biais de l'impôt, est à même de contrer le comportement du « passager clandestin » [Buchanan] qui compte sur d'autres pour que le plaisir qu'il retire de sa consommation trouve une contrepartie financière.

*Des effets externes au profit d'autres activités ?* — Des effets externes positifs apparaissent chaque fois que des individus ou des firmes sont affectés dans leur activité par l'existence du bien ou du service culturel, sans que le producteur puisse être payé en retour. Les effets externes peuvent être privés, en faveur du tourisme par exemple, ou publics, améliorant le niveau de civilisation d'une nation. Le marché, dans l'ignorance de ces effets externes positifs, tend naturellement à produire moins que l'optimum. Le rôle de l'État est alors de contribuer au financement de la production, si l'agent qui bénéficie de ces retombées ne le fait pas. Les arts vivants ont ainsi des effets externes positifs pour les *mass media*, pour lesquels ils constituent des terrains d'expérimentation ou de promotion. C'est pourquoi l'industrie du disque sponsorise les festivals, sans qu'il soit possible d'apprécier si cette compensation est à la mesure de ses retombées industrielles : la firme Polygram a dans cette optique financé Woodstock. Un festival de musique ou de théâtre apporte des recettes à la ville qui l'organise. Celle-ci contribue à son financement en

retour. En France, l'investissement culturel est partie intégrante de projets d'aménagement du territoire : les rénovations d'éléments architecturaux d'intérêt artistique participent d'une politique touristique destinée à attirer des visiteurs susceptibles de séjourner dans des régions un peu enclavées. Des monuments drainent des flux de touristes : Chenonceaux, propriété de la famille Meunier, accueille chaque année 945 000 visiteurs et emploie 70 personnes en haute saison. L'État contribue à l'entretien du château.

### *L'effet multiplicateur de la dépense culturelle*

En mars 1992, Rudolph Giuliani, maire de New York, annonce que la municipalité versera des bourses à des institutions culturelles. Il s'appuie, afin de convaincre du bien-fondé de ces dépenses, sur une étude qui montre que l'impact économique total de la culture aurait atteint 55 milliards de francs pour l'agglomération new-yorkaise, en incluant les frais de transport, d'hôtel, de restaurant, liés aux sorties culturelles. Cette conclusion rejoignait celle d'un rapport du Port Authority qui, en 1983, évaluait l'importance des arts pour la ville et pour le New Jersey. Une brochure de l'Arts Council, datant de 1985, vantait aussi les mérites de l'art qui offre des emplois, stimule le tourisme et incite les multinationales à s'installer en Grande-Bretagne. Plus tard, en 1988, John Myerscough était chargé de calculer l'impact économique des arts à Glasgow, Ipswich et dans le Merseyside. L'effet multiplicateur, défini comme le revenu net apporté pour une livre de dépense, variait entre 1,11 et 1,20. Au Québec, l'activité de trois organismes culturels, un orchestre, un musée, un festival, aurait généré des retombées de l'ordre de 1,5 à 3 fois supérieures aux dépenses engagées [Colbert, *in* Dupuis éd., 1990]. En France, enfin, en 1985, en contrepartie d'une subvention de 13,5 millions de francs, le festival d'Avignon aurait généré 25,5 millions de dépenses [Pflieger, 1986].

Des études d'impact se sont ainsi employées à évaluer les retombées économiques des dépenses culturelles. Elles distinguent trois grandes catégories de flux : directs (dépenses locales, salaires, achats des institutions), indirects (dépenses effectuées par tous ceux qui fréquentent l'organisme culturel) et induits (retours positifs de ces dépenses dans le long terme). Les coûts comprennent quant à eux les subventions et les aides en nature (mise à disposition de locaux, de personnel). Toutes montrent que l'investissement culturel génère des flux de revenus au multiple. La conclusion semble s'imposer : dépenser pour la culture, c'est agir en faveur de la vie économique...



### *La valeur de prestige, d'héritage, et la valeur éducative*

« De superbes palais, de magnifiques maisons de campagne, de grandes bibliothèques, de riches collections de statues, de tableaux et d'autres curiosités de l'art et de la nature font souvent l'ornement et la gloire, non seulement de la localité qui les possède, mais même de tout le pays. Versailles embellit la France, et lui fait honneur, comme Stowe et Wilton à l'Angleterre. » Ainsi devisait Adam Smith (*La Richesse des nations*, livre II, chap. III, p. 182), soulignant déjà les effets externes, sans employer le terme, des investissements culturels. « Parmi ses effets externes, la production et la consommation de biens culturels ont des effets positifs sur la société, par la contribution qu'elles apportent à la cohésion sociale et à la formation des hommes » [Pigou]. Scitovsky [1972] considère que c'est là le seul argument de poids pour justifier l'aide publique : il faut éduquer les dispositions esthétiques des hommes, ils en ressentiront plus encore de bien-être. Cet effet bénéfique n'est pas toujours perçu par les citoyens ; les biens doivent alors être mis « sous tutelle », et l'État se charge d'inciter les citoyens à leur production et à leur consommation : « Les considérations portant sur le caractère de bien sous tutelle des biens culturels ont constitué l'argument le plus fort de l'explication de l'intervention publique en faveur des arts » [Throsby et Withers, 1979, p. 192]. L'exemption d'impôts dont les musées américains bénéficient résulte ainsi de la fonction éducative qu'ils assument. Lionel Robbins soulignait d'ailleurs que les effets positifs de l'art ne touchent pas seulement ceux qui sont prêts à payer, mais une communauté d'hommes plus large [1963, *Politics and Economics. Papers in Political Economy*, p. 58]. Le bien culturel est un « bien social irréductible » [Throsby, 1994], dont les bénéfices ne sauraient être attribués à des individus précis.

La conservation du patrimoine, mais aussi l'édification d'un patrimoine nouveau, par des constructions de prestige, les achats ou les commandes d'œuvres d'art constituent le socle des legs aux générations futures. Seul l'État est à même de protéger et de financer ces consommations de demain. Tel est aussi l'argument qui préside à l'adoption de réglementations qui encadrent et limitent les exportations d'œuvres d'art.

### *Les particularités de l'offre*

L'investissement culturel, lorsqu'il intègre un degré élevé d'innovation, comporte une forte incertitude quant à ses résultats (cf. chap. IV). Et la production culturelle, du moins sur certains

et magazines, les droits d'auteurs et droits voisins, les expositions et manifestations culturelles, les entrées dans les cinémas, musées, salles de concert, théâtres et pour les services de télévision.

#### *Les modes de formation et d'expression de la demande*

Un agent économique peut souhaiter se réserver la possibilité de consommer un bien ultérieurement. Pour ces demandes d'option (Weisbrod, *The Nonprofit Economy*, Cambridge, 1988), le prix que le consommateur est prêt à payer est fonction de la satisfaction escomptée, compte tenu de l'état de son information et de ce qu'il ne peut être certain de consommer le bien. L'État prend le relais du citoyen, financeur de l'avenir pour des citoyens potentiellement consommateurs. Dick Netzer [1992] suppose ainsi qu'existe une demande d'option pour une Venise moins congestionnée par le tourisme et la pollution, et en déduit le bien-fondé d'un droit d'entrée dans la ville. La difficulté est alors de déterminer le montant de ce droit afin d'optimiser les avantages sociaux nets qu'il générerait. Reste à prouver toutefois que l'État est meilleur juge de l'avenir que les citoyens. La propension bien connue de l'administration à différer les dépenses d'entretien de ses bâtiments lorsqu'elles ne sont pas associées à des dépenses de prestige donne à penser que le débat est ouvert.

#### *Incertitude et intervention publique*

Les asymétries d'information contribuent à nourrir l'incertitude sur la qualité des produits. La réglementation des marchés de l'art, en imposant des normes de professionnalité et des garanties, protège l'acheteur, généralement plus ignorant que l'expert. On peut considérer qu'il est de la vocation de l'État de contribuer à la prise en charge de la production du système de normes et de conventions qui est au fondement de la valeur des produits. Le bien collectif n'est pas tant le bien culturel lui-même que l'ensemble des normes et des valeurs, le capital de valeurs esthétiques communes qui président à la reconnaissance du caractère culturel du bien. C'est ainsi que l'on peut interpréter le financement indirect de l'information par la télévision publique, par des récompenses officielles, etc. Si l'État n'est pas le seul véhicule de cette promotion, il en est un financeur.

---

Extrait de Benhamou F. *L'économie du star-system*, Paris □ Odile Jacob, 2002.

Y a t il une vie économique après Baumol □ La course au vedettariat comme solution de la « maladie des coûts □

La « maladie de Baumol, mise en évidence pour le cas du spectacle vivant, connaît une notoriété considérable chez les économistes et les gestionnaires des institutions culturelles. Il est vrai qu'elle a ouvert le champ de la culture à des disciplines qui en avaient jusqu'alors fait bien peu de cas, et qu'elle a permis de rendre compte plus généralement du fonctionnement économique des activités de service. En 1965, William Baumol fut chargé par la Fondation Ford de dresser un diagnostic de l'état de santé des théâtres de Broadway. Les coûts des productions s'envolaient, la clientèle se raréfiait. La réponse fut sévère, pas tant pour la place même, que pour l'ensemble du spectacle vivant : à la différence des biens industriels ordinaires, le spectacle vivant doit assumer des coûts en travail qu'il lui est impossible de comprimer. Le service vendu est en effet celui de l'homme, qu'il s'agisse de jouer une pièce de théâtre ou un morceau de musique. Comment remplacer l'homme, lorsqu'il faut interpréter un quatuor ou un trio de Schubert □ Tandis que, dans la plupart des activités économiques, il est possible de réduire les coûts par la substitution progressive de la machine à l'homme, nul ne peut raisonnablement envisager de remplacer un musicien par de la musique enregistrée...

Cette quasi impossibilité de resserrer les coûts est d'autant plus préjudiciable au spectacle vivant, concerts, représentations de théâtre ou d'opéra, que les rémunérations, en moyenne, tendent à s'aligner sur celles du reste de l'économie. Si elles étaient notoirement inférieures, l'attrait des secteurs culturels finirait par s'émousser au profit d'autres activités plus rémunératrices.

Selon Baumol, c'est donc le différentiel de productivité entre secteurs dynamiques et secteurs prestataires de services, dans un contexte d'alignement des rémunérations, qui nourrit la crise du spectacle vivant. La croissance des prix d'entrée doit compenser le niveau relativement élevé des coûts de production. Et la demande, bien que peu sensible à la croissance des prix, finit par s'essouffler. Baumol conclut au besoin de financements externes, mécénat, fonds publics, prélevés auprès des secteurs modernes.

Nombre d'économistes ont confirmé cette analyse, en démontrant que les prix relatifs des billets d'entrée dans les spectacles de musique, d'opéra, de théâtre ou de danse tendent, en moyenne, à s'accroître au fil du temps<sup>1</sup>. Partout la croissance des coûts, plus rapide que celle des recettes, a conduit à ces tendances inflationnistes.

Pourtant, force est de constater que les vérifications empiriques de cette prévision bien pessimiste se heurtent à ce constat □ le spectacle est encore bien vivant. Divers facteurs se sont combinés pour lui assurer une vie, et parfois une survie. Parmi les multiples solutions ou contre-tendances à la « maladie de Baumol, le festival est un moyen de réduire les coûts. Selon Bruno Frey<sup>2</sup>, cette compression provient de la diminution des « dérives bureaucratiques □ caractéristiques des grandes institutions de spectacle : le caractère temporaire des manifestations évite l'embauche d'une main d'œuvre pléthorique, limite le jeu du clientélisme. Le festival permet de surcroît de dématérialiser la production et de faire en sorte que le spectacle, éphémère par nature, soit accueilli dans des lieux de passage. Joue aussi, lors des festivals, la diminution des coûts d'information et des coûts d'opportunité du

---

<sup>1</sup> Pour plus de détails, cf. Throsby C.D. et Withers G.A. *The Economics of the Performing Arts*, Londres : Edward Arnold Publishers, 1979, et Towse R. ed. *Baumol's Cost Disease. The Arts and Other Victims* Cheltenham: Edward Elgar, 1997.

<sup>2</sup> Frey B. *Arts & Economics. Analysis and Cultural Policy*, Springer, 2000.

temps pour le consommateur, qui peut, au prix d'un seul déplacement, profiter de plusieurs spectacles quotidiens s'il le souhaite.

Autres «*solutions*», le retour du répertoire diminue la part des nouvelles productions et permet l'amortissement des coûts fixes sur un plus grand nombre de spectacles. La réduction du nombre des répétitions, le remplacement de certaines soirées d'opéra par des versions «*concerts*», la priorité donnée à des esthétiques sans décors sont encore des moyens de réduire les coûts en travail. Avec quelques réussites : de très grands créateurs comme Pina Bausch pour la danse ont joué la carte du ballet sans décor. Mais en nombre de cas la réduction des coûts revient à substituer la baisse de la qualité au déficit. Piètre perspective.

De même, la sélection de spectacles dont la distribution requiert un petit nombre de participants contribue au tassement des coûts en travail : Hilda et William Baumol ont évalué à 50% la diminution de la taille de la distribution entre 1946 et 1980 dans les spectacles de Broadway<sup>3</sup> ils anticipent de surcroît une augmentation du nombre des one man shows. En 1993, le choix de programmer au festival d'Aix en Provence une œuvre ne requérant ni chœurs ni ballets, ni ors, ni machineries complexes, relève de cette logique<sup>4</sup>. Mais cette tendance ne constitue pas nécessairement une voie de l'abaissement des coûts elle peut s'accompagner d'une propension à sur-sélectionner des vedettes aux cachets importants. Le recours au vedettariat a d'ailleurs constitué un des moyens privilégiés de tenter d'attirer ou de fidéliser une clientèle suffisante. Un vedettariat qui a ses revers : tandis que certains acteurs ou techniciens sont moins payés dans le spectacle que lorsque, pour un temps équivalent, ils tournent pour le cinéma ou la télévision, les stars sont chères. L'engrenage de la montée des coûts se renforce encore.

Afin de réduire les risques et de bénéficier du mécénat, mieux vaut dans ces conditions se tourner vers la production de «*hits*» qui reposent sur la notoriété du spectacle «*total*» plus que sur celle des artistes : *Cats* ou *Les Misérables* sont des succès internationaux qui se passent de noms de vedettes et dont la notoriété repose sur la formule, le spectacle pris comme un tout plus que sur la distribution. Formule efficace au demeurant les recettes des entrées de *Cats* ont atteint mi 1997 329 millions de dollars aux Etats-Unis et 2,2 milliards dans le reste du monde<sup>5</sup>.

Face à une crise endémique, le monde du spectacle a parfois joué la carte du malthusianisme: parce que le neuf ne peut être amorti sur une échelle de masse, sauf en de très rares occasions, on en est venu à réduire le nombre des nouvelles productions. A Broadway leur nombre a baissé en 30 ans de 60 à moins de 20 par saison. C'est là une source de la concentration horizontale qui s'opère dans ce secteur entre 1972-73 et 1982-83, aucune saison ne s'est achevée à Broadway par des profits, et les pertes cumulées de cette période se montent à 66,6 milliards de dollars peu à peu les indépendants disparaissent et ne restent que trois chaînes, dont la Shubert organisation qui possède la moitié des théâtres de la place<sup>6</sup>.

Mais cette double tendance (réduction de l'offre, concentration) est pour partie de façade. Les lois de la surproduction se sont déplacées vers des terrains complémentaires de celui du spectacle longtemps négligée, la vente de produits dérivés, et surtout d'enregistrements destinés aux industries de la télévision ou du disque, dans le cadre d'une chaîne de valeur qui va du service immatériel (la représentation théâtrale par exemple) au produit industriel, constitue une source d'amortissement des coûts. La comédie musicale, genre en vogue de nos jours, joue de ces relations : la sortie d'un disque préalablement au spectacle construit

<sup>3</sup> Baumol H. et Baumol W. « The Future of the Theatre and the Cost Disease of the Arts » *Journal of Cultural Economics*, 9, 1985 : 7-31.

<sup>4</sup> Tinazzi N. « 'Orlando', la vertu dans l'économie dans l'opéra », *La Tribune*, 19 juillet 1993.

<sup>5</sup> Selon le *New York Times New England Edition*, 19 juin 1997, in Caves, op. cité, note 32, p.425.

<sup>6</sup> Gray et Seeber, op. cité.

l'adhésion du futur spectateur, et le succès dope à son tour les ventes déjà effectuées. Le spectacle entretient ainsi des relations nouvelles avec les industries de l'image et du son, servant en grande partie de vitrine promotionnelle à la vente massive des disques. Et ce sont des opérations de concentration à marche forcée qui encadrent ces relations nouvelles.