

# Communiqué de presse

## La Sacem, Clear Channel et Beaux Arts s'associent pour exposer le patrimoine musical français dans l'espace public

10 février 2020

A l'occasion de la Saint-Valentin, le musée en ligne de la Sacem, avec l'aide des éditeurs de musique et de Beaux Arts Magazine diffuseront des pièces d'archives inédites via le réseau d'affichage publicitaire de Clear Channel. Une série de 5 modules vidéo sur le thème des chansons d'amour seront diffusés du 10 au 16 février dans toute la France.



A travers cette campagne, Clear Channel confirme sa volonté de faire descendre la culture dans l'espace urbain grâce à des contenus inédits et sur mesure. L'acteur de la communication extérieure poursuit son partenariat avec Beaux Arts, le média culturel de référence, dans le cadre d'une mise en valeur des répertoires du musée en ligne de la Sacem.

**5 modules produits par Beaux Arts** seront ainsi diffusés sur près de **2 600 écrans** dans toute la France. Sur ces écrans seront exposées des pièces d'archives inédites sur des chansons d'amour bien connues du grand public telles que *Vertige de l'amour*, d'Alain Bashung, aux paroles écrites par Boris Bergman ou encore *Je t'aime, moi non plus* créée par Serge Gainsbourg et interprétée par Jane Birkin.

### Auteurs et compositeurs mis à l'honneur

Ces chansons, beaucoup les entendront durant la période de la Saint-Valentin sans forcément en connaître les auteurs et les compositeurs. Avec ces pièces uniques, il s'agit pour le Musée Sacem de rappeler que derrière les paroles et les mélodies qui constituent notre culture commune se trouvent des créateurs/trices, et des éditeurs/trices de musique qui les accompagnent.

La Sacem salue l'initiative de **Clear Channel pour rendre la culture accessible à tous dans la rue et les lieux de vie grâce au Digital Out of Home (DOOH)**, et la volonté de **Beaux Arts de travailler avec les équipes du musée Sacem** à la production de contenus exclusifs tournés vers le grand public.

Qu'il s'agisse d'une partition ou des premières lignes du texte manuscrites, nombre d'archives inédites seront mises en valeur lors de cette campagne.

- Plus de **15 millions** de personnes touchées par la campagne sur la période allant du 10 au 16 février 2020
- Près de **2 600 écrans** où seront présentés des morceaux de chansons d'amour et archives exclusives
- **5 titres exposés :**
  - **Vertige de l'Amour** -Alain Bashung et Boris Bergman
  - **Amour... Amour...**  
de Léo Ferré
  - **Fais-moi une place** de Françoise Hardy et Julien Clerc
  - **Je t'aime, moi non plus** de Serge Gainsbourg et Jane Birkin
  - **L'hymne à l'amour** d'Edith Piaf et Marguerite Monnot

« Nous sommes particulièrement fiers de travailler aux côtés de Beaux Arts Magazine, et de pouvoir bénéficier de leur expertise sur l'éditorialisation de cette vaste campagne d'affichage autour des grandes chansons d'amour du répertoire francophone. Depuis sa création en juin 2018, le Musée Sacem a pour vocation de rendre accessibles au grand public des pièces d'archives inédites de notre patrimoine culturel et de valoriser le travail des créateurs et des éditeurs de musique. Cette campagne d'affichage avec Clear Channel est une belle opportunité de démocratiser l'art et de faire vivre la musique en se faisant une place dans l'espace urbain. » Claire Giraudin, Directrice du Musée Sacem

« Les équipes de conseil et de production de Beaux Arts & Cie sont fières d'accompagner la Sacem avec Clear Channel en imaginant de nouveaux formats de découverte des dessous de la création » Solenne Blanc, Directrice Générale Déléguée de Beaux Arts & Cie

« Nous sommes ravis de mettre en valeur le patrimoine musical français sur nos mobiliers digitaux, au cœur des villes et des lieux de vie. Cette campagne conçue avec Beaux Arts et la Sacem démontre une fois de plus l'utilité sociétale de la communication extérieure et confirme notre ambition de faire de l'espace urbain un lieu de partage et d'interactions. » Emmanuel Pottier, Directeur Général Adjoint chez Clear Channel

Retrouvez le détail de ces modules sur [le site du musée](#) et toutes nos expositions sur [MuseeSacem.fr](#)

#### A propos de la Sacem

La musique accompagne nos vies et, depuis 169 ans, la Sacem accompagne celles et ceux qui la créent. 170 000 auteurs, compositeurs et éditeurs l'ont choisie pour gérer leurs droits d'auteur.

Porte-voix des créateurs, partenaire de confiance des diffuseurs de musique, la Sacem agit pour faire rayonner toutes les musiques, dans leur diversité.

Société à but non lucratif, la Sacem contribue à la vitalité et au rayonnement de la création sur tous les territoires, via un soutien quotidien à des projets culturels et artistiques.

Ensemble, faisons vivre la musique !

#### A propos de Beaux Arts Magazine

Avec une diffusion à 65 000 exemplaires et une communauté de 400 000 lecteurs, Beaux Arts Magazine, créé en 1983, est le titre leader de la presse artistique et le premier mensuel culturel français. Beaux Arts Magazine fait partie du groupe Beaux Arts & Cie, également éditeur du Quotidien de l'Art, premier quotidien français sur l'art et son marché, fondé en octobre 2011. Beaux Arts & Cie développe par ailleurs des offres de services à destination des institutions culturelles et des entreprises, avec Beaux Arts Consulting, Beaux Arts Institute et l'agence de médiation culturelle Point Parole.

#### A propos de Clear Channel France

Clear Channel est un acteur de la ville et un média du réel ancré dans la rue qui permet aux marques et aux concédants de communiquer de façon inclusive, démocratique et responsable auprès de plus de 33 millions de citoyens-consommateurs de façon disruptive et innovante.

Grâce à notre maillage territorial pour communiquer instantanément en print ou digital dans un centre commercial, un métro, un quartier, une ville, une région ou la France entière, nous innovons dans les modes d'interaction et d'engagement du citoyen-consommateur. Nous sommes un acteur à part entière de la « Smart society », animé de valeurs fortes de proximité, créativité et équité, qui révolutionne la communication extérieure grâce à des contenus éditorialisés avec Brut, ainsi que de nouveaux services citoyens.

Clear Channel est actuellement présent dans 13 agglomérations en DOOH ainsi que dans 217 centres commerciaux.

[www.clearchannel.fr](http://www.clearchannel.fr)

## A propos de Clear Channel Outdoor Holdings, Inc.

Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (NYSE : CCO) est l'un des acteurs majeurs de la Communication Extérieure dans le monde, avec un portefeuille diversifié de 450 000 mobiliers print et digitaux dans 31 pays d'Asie, d'Europe, d'Amérique Latine et d'Amérique du Nord, touchant des millions de personnes chaque mois. Sa plateforme digitale en pleine croissance comprend plus de 13 500 écrans digitaux à l'international et plus de 1 200 panneaux digitaux à travers 28 marchés aux États-Unis.

Composée de deux divisions – Clear Channel International (CCI), qui couvre les marchés asiatique, européen et latino-américain, et Clear Channel Outdoor Americas (CCOA) qui opère sur les marchés d'Amérique du Nord et des Caraïbes – Clear Channel Outdoor emploie 5 600 personnes à travers le monde.

Pour plus d'informations, consultez : [www.investor.clearchannel.com](http://www.investor.clearchannel.com), [www.clearchannelinternational.com](http://www.clearchannelinternational.com) et [www.clearchanneloutdoor.com](http://www.clearchanneloutdoor.com)

### Contact presse :

**Caroline Mériaux,**

**Directrice Market Intelligence et Communication**

LD +33 (0) 1 41 86 43 52 – M + 33 (0) 6 85 80 53 72

### Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

Twitter : [www.twitter.com/ClearChannelFr](https://www.twitter.com/ClearChannelFr)

Facebook : [www.facebook.com/Clear.Channel.France/](https://www.facebook.com/Clear.Channel.France/)

LinkedIn : [www.linkedin.com/company/clearchannelfrance](https://www.linkedin.com/company/clearchannelfrance)

Instagram : [www.instagram.com/clearchannelfrance/](https://www.instagram.com/clearchannelfrance/)

*\* Là où les marques rencontrent leurs clients*