

Mercredi 26 mai 2010

Coopération concours Grand Ouest
Centre organisateur : Service Interrégional des Concours
adossé au CDG 35

Concours externe, interne et de troisième voie d'attaché territorial de conservation du patrimoine

Spécialité musées

Session 2010

NOTE DE SYNTHÈSE A PARTIR D'UN DOSSIER COMPOSE DE DOCUMENTS
A CARACTERE SCIENTIFIQUE DANS LE CHAMP PATRIMONIAL

Durée : 4 h 00
Coefficient : 3

SUJET

Vous êtes attaché territorial de conservation du patrimoine dans la commune de X qui souhaite engager une réflexion pour développer les activités de son musée municipal. Dans cette perspective, le Maire vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note de synthèse sur le mécénat.

Ce document contient 33 pages, y compris celles-de garde.

RAPPEL

- ↳ Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni signature ou paraphe.
- ↳ Aucune référence (nom de collectivité, nom de personne, ...) autre que celle figurant le cas échéant sur le sujet ou dans le dossier ne doit apparaître dans votre copie.
- ↳ Seul l'usage d'un stylo soit noir, soit bleu, est autorisé (bille, plume ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur, pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.

Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.
Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Le dossier comprend les documents joints suivants :

- Document 1 :** « Le mécénat culturel : une histoire au service des musées »
Musées et Tourisme - Novembre 2005 (8 pages)
- Document 2 :** « La culture d'abord »
Le Journal des Arts n° 284 - 20 juin / 3 juillet 2008 (1 page)
- Document 3 :** « Les entreprises, nouveaux mécènes de la culture »
La Croix - 15 décembre 2006 (3 pages)
- Document 4 :** « Rhône-Alpes : le mécénat bénéficie du dynamisme économique régional »
Enquête ADMICAL-CSA , "Le mécénat d'entreprise en Rhône-ALpes"
Septembre 2007 (1 page)
- Document 5 :** « Les PME osent le mécénat culturel : le commerce acteur et partenaire du développement durable »
La Lettre de la CCI de la Nièvre - n° 198 - Juillet-Août 2006 (2 pages)
- Document 6 :** « Pays de la Loire : le mécénat des PME se développe »
Culture Communication, n° 165 - Décembre 2008 (1 page)
- Document 7 :** Interview de Nicole Baschet-Thomas, responsable artistique *Vacances bleues*, dans « Le mécénat, acteur du développement artistique et culturel » - Rencontre internationale, fondation Royaumont - Site internet de la Mission mécénat du ministère de la Culture et de la Communication - Février 2006 (2 pages)
- Document 8 :** « Le mécénat et les musées de la mode » - Compte-rendu de la réunion du 23 février 2006 - Site internet de la Mission mécénat du ministère de la Culture et de la Communication (7 pages)
- Document 9 :** « Comment "La fuite en Egypte" de Poussin n'a pas fui la France »
Le Monde - 15 février 2008 (1 page)
-
- Document 10 :** « Un "Lorrain" pour le musée de Nancy »
Culture Communication, n° 156 - Février 2008 (1 page)
- Document 11 :** « Les mécènes. Le musée du Quai Branly, une certaine idée du mécénat »
Musée du Quai Branly - 2007 (4 pages)

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents volontairement non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

Le mécénat culturel

Une histoire

au service des musées

REMCO WALLIG

ASSOCIÉ-GÉRANT DE SAGITTA (CONSULTANTS EN GESTION PUBLIQUE)

(sagitta@wallig.com)

(1) Caius Cilius
Maecenas
(69-8 av. J.-C.), chevalier
romain issu d'une très
ancienne famille patri-
cienne étrusque. Après
une éducation soignée
en Grèce où il prit le
goût des lettres, il
embrassa la carrière
politique qui convenait à
son extraction. Attaché
à Octave, camarade
d'études, il le conseilla
dans sa conquête du
pouvoir
où, quoique homme de
l'ombre, son action fut
déterminante. Il devint
ainsi ministre d'Auguste.
Pour son (J...)

Il peut paraître paradoxal que la gloire pour un nom propre soit de devenir commun. C'est pourtant le cas, entre autres, des mots silhouette, poubelle et mécène. C'est au ^{XV} siècle que le nom de Mécène⁽¹⁾ entra dans le panthéon des noms propres pour qualifier un protecteur généreux des arts et des lettres, tant ce patricien romain avait marqué l'histoire. L'époque n'est pas sans signification : c'est celle de la Renaissance, véritable explosion de tous les arts qui débordent de la sphère religieuse pour s'épanouir davantage dans celle du profane. Les arts plastiques entrent dans les palais florentins, milanais ou génois, l'oratorio sort des églises pour se faire opéra à Venise, les mystères deviennent théâtre quand les fortunes des ducs et princes italiens, autant marchands et banquiers qu'hommes d'État, s'enflent jusqu'à la démesure. À cette démesure répond une munificence, dont les Médicis demeurent l'illustration incontestée.

En France, où l'on cultive davantage les arts de la guerre, ce sont les campagnes d'Italie de François I^{er} qui seront à l'origine de l'explosion artistique et d'un mécénat dont Léonard de Vinci sera le plus célèbre bénéficiaire. D'extraordinaires collections royales ou princières se constituent, qui seront les socles des plus grands musées d'Europe : les Offices pour les Médicis, le Louvre pour les rois de France, les musées d'Amsterdam, Madrid et Vienne pour les Habsbourg, en ne citant ici que quelques villes capitales.

Ce regard jeté vers les origines historiques du mécénat est indispensable. Le développement des arts plastiques, des musées et de la littérature est intimement lié aux formes d'expression du mécénat. Celui-ci, à son tour, est une résultante de l'histoire politique et religieuse des nations : elle imprègne encore nos pratiques actuelles et c'est pour cela que nous l'évoquerons en premier lieu. Le second élément qui nous permet de comprendre les pratiques contemporaines du mécénat découle en grande partie du premier : c'est l'élément juridique. Le droit, et principalement sa branche fiscale, est à l'évidence conditionné par l'histoire, mais c'est lui qui, en grande partie, conditionne à son tour la vivacité du mécénat privé. On aura compris qu'ici nous entendons par mécénat d'abord la forme la plus simple de son expression, celle qui consiste à acheter les œuvres d'un artiste contemporain vivant. Cette forme n'en exclut pas d'autres, comme le financement d'espaces muséographiques et d'expositions qui permettront de montrer au public des œuvres passées ou actuelles, ou encore le financement de salles de concert et de spectacles, l'édition de livres et la commande de musique.

UN OCÉAN D'HISTOIRE SÉPARE LES MÉCÈNES D'EUROPE DE CEUX DES ÉTATS-UNIS

La tradition du mécénat européen est profondément ancrée sur un socle étatique, au mieux public, avec une marque profonde des religions, essentiellement le catholicisme romain. La marque religieuse peut être associée à celle des États tant la séparation de l'Église et de l'État demeure un phénomène assez récent et très inégalement abouti en Europe. Néanmoins, on aura garde de confondre les deux car, s'ils relèvent tous deux de formes de la puissance publique, l'art religieux et l'art profane doivent être bien distingués, si l'on veut comprendre la formation des collections modernes et l'action des mécènes. À cet égard, l'Espagne est un exemple éclairant, singulier dans une Europe qui, avec des facteurs similaires, donne un résultat différent.

La domination du mécénat public en Espagne

Faut-il faire remonter aux Rois catholiques l'alliance serrée de l'Église et de la Couronne ? Probablement : la Reconquête est une guerre contre l'islam faite au nom du Dieu des chrétiens et de saint Jacques le Majeur. En 1492, la chute de Grenade voit la fin politique des Arabes en Espagne mais pas seulement ceci. Cette année est aussi celle de l'expulsion des Juifs et de l'érection de l'Inquisition comme outil de gouvernement. L'Inquisition s'emploiera, somme toute avec un succès relatif, à commander les consciences⁽²⁾ mais avec plus de réussite à asseoir le pouvoir spirituel aux côtés du pouvoir temporel avec quelque chose d'osmotique. L'alliance est nouée pour longtemps et l'expression artistique s'en ressentira au moins pour quatre siècles. La puissance morale et financière de l'Église donnera à l'art espagnol un caractère religieux quasi monopolistique : la peinture se consacre aux sujets religieux avec l'éclat prodigieux des Greco, Murillo, Ribera, Vélasquez, l'art profane étant cantonné aux portraits, à la peinture d'histoire et, très modestement, aux *bodegones*, natures

(1.) empereur, il sut négocier les traités de paix comme les contrats de mariage mais son objectivité et sa modération finirent par le conduire vers la disgrâce. Avant celle-ci, cet homme cultivé accueillait à sa table les plus grands poètes de son temps et prolongeait sa générosité d'hôte par celle du financier en subventionnant ses commentaires. Il fut ainsi le protecteur d'Horace et de Virgile.

(2) En effet, en cette année commémorative de la parution du *Quichotte* (1605), on s'étonnera de l'impertinence quasi libertaire de la poésie et de la littérature espagnole de ce temps malgré le poids d'un ordre moral politico-religieux des plus contraignant.

(3) *Pasos* : dais ou vrages et sculptés supportant une statue du Christ ou d'un saint, généralement en bois, portés à dos d'hommes durant les processions religieuses.

(4) Et dans les musées français à la suite des pillages auxquels se livrèrent les armées de Napoléon I^{er} lors de la guerre d'Espagne en 1808.

mortes typiquement espagnoles. La sculpture suivra la même inclination en remplissant les églises et en donnant lieu à une expression elle aussi singulièrement espagnole, les *pasos*⁽³⁾. La Reconquête fut aussi l'occasion de récompenser largement les chefs de guerre par l'octroi d'immenses domaines andalous et d'Estrémadure qui enracineront les fortunes des Grands d'Espagne. Ces derniers seront les mécènes privés de peintres et de sculpteurs qui participeront au maintien de l'art profane puis, ne serait-ce qu'avec Goya, à son développement quand ce grand peintre élargira la voie des arts à la peinture politique et sociale.

Ainsi se forme une tradition forte de mécénat public, qu'il soit religieux ou profane, où le privé est cantonné, faute d'une classe moyenne assez large, aux grandes familles aristocratiques. Les dynasties des Habsbourg puis des Bourbons constitueront ainsi de superbes collections de peintures flamandes et espagnoles que nous retrouvons aujourd'hui dans les nombreuses villes où ils régnèrent⁽⁴⁾. Mais l'Espagne contemporaine a fait litière de ses vieilles lunes. Le mécénat d'entreprise prospère avec vigueur dans ce pays moderne, tant et si bien qu'il a su, mieux que la France, accueillir sans délai la collection du baron Thyssen et répondre aux attentes de la Fondation Guggenheim, avec les succès que l'on sait.

L'Allemagne et l'Autriche marquées par les religions et les structures politiques

L'une des caractéristiques essentielles de l'Allemagne contemporaine est très certainement la décentralisation artistique dont elle bénéficie. Les musées de province sont d'une exceptionnelle richesse, les capitales régionales entretiennent des maisons d'opéra avec des troupes permanentes et la vivacité de l'art contemporain ne s'observe pas qu'à Berlin. Ici aussi, la cause est historique.

Jusqu'au XIX^e siècle, l'Allemagne est une mosaïque de principautés et de grands-duchés. Dès la fin de la guerre de Trente Ans et jusqu'à la création de l'empire de Guillaume I^{er}, les princes allemands rivalisent de faste, protègent les artistes locaux et achètent des œuvres d'artistes étrangers. Leurs collections sont à l'origine des riches musées de province évoqués. Pour l'art religieux, les choses sont plus contrastées en raison de l'impact de la Réforme. La doctrine protestante, à l'instar du judaïsme et de l'islam, bannit les images des lieux de culte. Le résultat est un tarissement des arts plastiques religieux dans les pays où triomphe la Réforme mais, en forme de contrepartie, un développement de la musique religieuse dont les pays de langue allemande resteront marqués.

L'illustration la plus manifeste de ces différences est l'austérité d'un temple luthérien en Saxe, en contrepoint de la luxuriance décorative d'une église baroque bavaroise. La même luxuriance s'observera en Autriche, pays profondément catholique, et dans les nations ayant composé l'Empire austro-hongrois jusqu'en 1918. En dépit de son caractère composite, l'empire des Habsbourg-Lorraine reste très centralisateur, le mécénat se limite principalement à la sphère publique et à celle d'aristocrates fortunés. Les grands musées se trouvent dans les capitales nationales, telles Budapest, Prague et Vienne, où sont rassemblées les collections impériales ; les musées de province n'ont pas le prestige de leurs homologues allemands.

L'Italie, patrie des mécènes

Comme nous le notions en introduction, c'est en Italie qu'est né le mécénat "à l'européenne", y compris dans sa configuration moderne, et ce dans un pays qui a donné à l'art toutes les formes de son expression, de Mantegna à Chirico (et bien avant et bien après).

Comme en Allemagne, la répartition du pouvoir politique en divers royaumes, républiques et principautés a favorisé la décentralisation, au point que des musées provinciaux, ne serait-ce que les Offices de Florence, surpassent largement les musées nationaux de pays plus centralisés. Ici aussi, l'art s'est associé à la religion et ce d'autant plus que le pape fut longtemps un souverain temporel d'une grande puissance. Il faut remarquer cependant que, en dépit du magistère moral incontestable de l'Église catholique romaine, l'art religieux n'étouffa pas l'art profane comme on a pu l'observer en Espagne. Bien au contraire, il en fut l'un des facteurs de développement les plus efficaces.

Prolongeant l'action des empereurs romains, les papes surent faire travailler les meilleurs artistes de leur temps et donner l'exemple de leur goût comme de leur générosité. Les familles princières souveraines, la grande noblesse pontificale rivalisaient de commandes auprès des artistes autant pour des bâtiments civils que pour des œuvres profanes. Cet engouement essaimait tant auprès d'une noblesse moins fortunée que vers des familles patriciennes ou bourgeoises pour lesquelles l'art était aussi essentiel que l'air qu'elles respiraient.

Et la France ?

Si nous laissons aux historiens le soin de dater le basculement de la prédominance de la chose publique sur les intérêts privés, en matière de mécénat, c'est volontiers que nous soutiendrons que la prédominance du secteur public s'est vue consacrée lors de la brutale éviction de Nicolas Fouquet par Louis XIV.

De ces deux amateurs d'art ne pouvait triompher que le plus grand des souverains centralisateurs français. Certes, cet événement n'a pas annihilé le mécénat privé, mais il a participé de la constitution d'un mécénat d'État dont nous subissons aujourd'hui encore les effets. Ajoutons que le goût dispendieux du Roi-Soleil pour les arts – et pour la guerre – a non seulement mobilisé beaucoup des ressources financières du royaume, mais aussi occupé des bataillons entiers d'artistes majeurs à la décoration de palais civils comme celui de Versailles, ou militaires comme les Invalides. Le phénomène de la Cour a attiré artistes et mécènes à Paris, laissant à la province des moyens plus limités et des artistes moins prestigieux : la centralisation passait aussi par les arts.

Cette centralisation ne devait que s'amplifier sous la Révolution puis l'Empire, avec la création du musée national du Louvre, modèle de tous les musées de France dans l'organisation comme dans l'esprit. Sous l'impulsion de Vivant Denon, c'est une conception très étatique de la muséologie qui se développe dans le giron d'un État central omnipotent et de plus en plus tentaculaire. L'effet centralisateur du Louvre est bien connu⁽⁵⁾, ses rares prêts ou dépôts à des musées de province ne concernaient généralement que des œuvres mineures. Cette centralisation artistique ne pouvait que donner lieu à la création d'un art officiel qui se développa tout au long de la longue III^e République (1870-1940). D'aucuns résumèrent la situation en expliquant que, pendant que la République et ses commensaux achetaient des peintres pompiers, princes russes, ducs anglais et magnats américains achetaient les œuvres des peintres impressionnistes.

(5) Néanmoins, on saluera la toute prochaine décentralisation du Louvre à Lens, on saluera aussi celle du Musée national d'art moderne à Metz.

L'Angleterre, mère du grand mécénat privé

Les rois d'Angleterre n'ont pas échappé aux goûts des arts et au devoir de mécénat de toutes les familles régnantes. Aujourd'hui encore, la reine d'Angleterre est à la tête d'une des plus belles collections mondiales de dessins et de peintures anciens. Autour de

la famille royale, de grands seigneurs britanniques ont mis leur fortune au service des arts. Dès la fin du XVIII^e siècle, après avoir acquis des cargaisons d'objet d'art et de meubles français vendus à l'encan pendant les turbulences révolutionnaires, les lords rêvent de communiquer leur passion. Il faut dire que, dès 1683, en accueillant les collections scientifiques d'Elias Ashmole, l'Université d'Oxford créait le premier musée privé d'Europe. En 1875, le marquis d'Hertford ouvrait son château au public pour faire admirer une des plus abondantes et prestigieuses collections d'art privées. Cette collection continua de s'amplifier et sa dernière détentrice, lady Wallace, en fit don au public par la création d'une fondation qui n'a pas cessé d'enrichir cet héritage. L'aristocratie financière et industrielle ne fut pas en reste et, en 1897, Henry Tate ouvrit la première galerie d'une fondation qui en compte aujourd'hui cinq, dont une virtuelle sur internet, une d'art contemporain et deux galeries décentralisées, si tant est que le mot ait quelque signification au Royaume-Uni.

Ces remarquables initiatives privées se développèrent d'autant mieux que l'État royal, à la différence de la République française, ne nourrissait pas d'ambition culturelle, ni même une ambition éducative très forte. L'art et, dans une large mesure, l'éducation demeuraient du ressort de la sphère privée, l'État se consacrant à ses missions régaliennes : battre monnaie, faire rendre la justice, défendre le pays, élargir l'empire. L'élargissement de cet empire à l'Amérique, puis l'indépendance des États américains devaient donner naissance au plus puissant courant de mécénat dont on puisse rêver.

Le mécénat américain

Dans ce pays neuf sans tradition culturelle propre, les mécènes privés se sentirent investis d'une mission éducative dès le début du XIX^e siècle. Il faut dire que, à l'exemple de l'Angleterre, les États, y compris le faible État fédéral, avaient une conception minimaliste de leur rôle tant dans le champ culturel que dans celui de l'éducation. Dans ce pays de construction libérale, les citoyens ne pouvaient attendre d'initiatives que de leurs pairs. Simultanément, d'immenses fortunes se constituaient, dont le pouvoir d'achat excédait de très loin le patrimoine de bien des familles régnantes.

Cet enrichissement se constituait dans un esprit très capitaliste et protestant qui fit des États-Unis l'un des "pays de Marthe", au sens de Max Weber⁽⁶⁾. Cela signifiait que ceux qui s'étaient tant enrichis voulaient consacrer des pans entiers de leur fortune au développement du pays qui les avait accueillis et leur avait permis de faire fortune : ils n'imaginaient pas de mourir riches. Ainsi, les magnats de l'acier, de la banque ou du pétrole fondèrent des établissements pour l'éducation de leurs compatriotes. L'Institut Carnegie de Pittsburgh précéda celui de New York, que suivit celui de Washington. En 1913, la Fondation Carnegie dépensait pour l'éducation, dit-on, plus que l'État fédéral lui-même.

Dans ce domaine muséologique, le Louvre servit de modèle. C'est en 1866, à Paris, qu'un groupe d'Américains fortunés décida de la création d'un musée national des beaux-arts à New York. La société du Metropolitan Museum of Art vit le jour en 1870 avec pour but *"d'encourager et de développer l'étude des beaux-arts ainsi que leur application à l'industrie et à la vie de tous les jours, [...] et à cette fin d'offrir instruction et distractions à tous. (...) En répandant la connaissance de l'art sous ses formes les plus élevées, on contribuait à humaniser, instruire un peuple laborieux et terre-à-terre"*⁽⁷⁾. Cette réalisation remarquable était accompagnée à Baltimore par la Walters Art Gallery, à Boston par la Isabella Stewart Gardner Museum, à New York la Frick Collection, et d'autres encore dans diverses capitales d'État.

(6) Max Weber, sociologue du début du XX^e siècle, distinguait les pays animés par le protestantisme et ceux animés par le capitalisme, les "pays de Marthe", des "pays de Marie", de pensée latine et catholique.

(7) Cité par Philippe de Montebello, directeur du Metropolitan Museum of Arts, 1981.

Qu'on n'aille pas croire que ce mécénat se limitait à payer cher des œuvres célèbres d'artistes consacrés depuis des siècles : Louisine Havemeyer révéla les impressionnistes et Peggy Guggenheim les surréalistes. Dans un autre ordre, on doit aussi à force mécènes des universités d'un niveau inégalé. Certes, cette générosité s'inscrivait dans une tradition philanthropique très nationale, voire nationaliste. Elle flattait aussi des mécènes qui acquerraient ainsi de la considération de leur vivant, et de la renommée pour la postérité. La collectivité se devait ainsi de les récompenser en allégeant d'autant leur fardeau fiscal.

Le mécénat s'accompagne de réductions d'impôts voire, pour les fondations, d'une exonération complète. Au-delà d'un parfait désintéressement, et même si le mécénat se conçoit aussi comme un outil de communication, les avantages fiscaux ne peuvent qu'encourager la générosité.

LE DROIT ET LA FISCALITÉ

En France, l'alliance de l'argent privé et des musées publics n'a toujours pas bonne presse. L'idée qu'une politique d'achat ou de conservation puisse dépendre de simples particuliers a toujours répugné aux conservateurs. C'est faire sans doute peu de cas d'actes généreux ne créant aucune obligation à leurs bénéficiaires.

Le mécénat préféré a toujours été la dation : le défunt ne peut rien exiger et les héritiers se libèrent d'une dette fiscale en même temps que d'œuvres qui ne leur ont rien coûté. Le musée s'enrichit sans craindre de contreparties qu'il ne saurait, garant qu'il est de l'intérêt général, octroyer à un particulier, fut-ce *post mortem*.

Ajoutons que, jusqu'à la loi du 1^{er} août 2003 sur laquelle nous reviendrons, l'incitation fiscale demeurait bien modeste. En effet, la supériorité du mécénat anglo-saxon tient beaucoup aux fondations et aux déductions d'impôts immédiates. Ces caractéristiques ont inspiré le législateur français sans qu'il n'ose pousser trop loin la copie d'un dispositif qui a fait ses preuves, certes, mais dans un environnement bien différent.

Fondations et fiducies

En droit anglo-saxon, il est possible de créer des trusts, sorte de sociétés dans lesquelles des tiers administrent des biens qui ne leur appartiennent pas. Le donateur apporte des biens, des titres, des valeurs ou des œuvres d'art à une telle société et charge des personnes qualifiées, les *trustees*, d'administrer ces biens et valeurs pour l'accomplissement d'un objectif désigné.

Si cet objectif est charitable ou touche au mécénat, le trust peut accéder au statut d'organisation sans but lucratif et être exonéré d'impôts. L'équivalent en droit français a pour nom la fiducie⁽⁸⁾, mais sa réalisation reste dans les limbes et ne connaît pas de réalisation concrète.

Reste la fondation, très pratiquée en droit anglo-saxon où le statut exact importe peu : il s'agit de vérifier seulement le caractère non lucratif de l'objet et de ses modes d'accomplissement. Une fondation, ce n'est jamais qu'une association qu'un ou plusieurs donateurs dotent de biens de façon irrévocable. En France, la loi de 2003⁽⁹⁾ a simplifié les modalités de reconnaissance des fondations. Enfin, l'exemple de la *foundation* anglo-saxonne était partiellement suivi. Non point que l'idée en fût étrangère au droit français, mais le contrôle *a priori* de l'administration était si rapproché et si exigeant que fort peu d'initiatives parvenaient à la reconnaissance d'utilité publique nécessaire à l'acceptation de dons et legs et aux allègements fiscaux⁽¹⁰⁾.

(8) L'origine est la même : trust signifie confiance et fiducie vient du latin *fidēs*, qui signifie la même chose.

(9) Loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, *Journal officiel* du 2 août 2003, p. 13277 et suivantes.

(10) La reconnaissance d'utilité publique résulte d'un décret en Conseil d'État qui sanctionne l'observation de diverses obligations et l'acceptation d'une tutelle administrative.

Grâce à la loi de 2003, le statut de la fondation se rapproche de celui d'une simple association, mais il continue d'obéir à un modèle de gouvernance défini par le Conseil d'État pour obtenir la reconnaissance d'utilité publique. La loi a permis la création de fondations d'entreprises qui seront, très certainement, un outil de développement du mécénat culturel. Plusieurs existent déjà, dont la Fondation Cartier, mais l'allègement des procédures devrait permettre à des entreprises moins importantes d'accéder à ce moyen d'une part, et d'autre part leurs salariés pourront y contribuer en bénéficiant de la déduction fiscale.

La déduction d'impôt

Faute de pouvoir créer une fondation, ce qui n'est pas accessible à tous, un dispositif fiscal très favorable permet à tous, particuliers et entreprises, de financer des actions de mécénat. Les versements en faveur du mécénat culturel ouvrent dorénavant droit à une réduction d'impôt (l'impôt sur les sociétés ou sur le revenu) de 60 % du montant du versement, dans les limites de 20 % du revenu imposable pour les particuliers et de 5 % du chiffre d'affaires pour les entreprises. Si ces montants viennent à être dépassés, l'excédent devient reportable sur quatre ou cinq ans.

Cela constitue une élévation très sensible des plafonds de déductibilité, qui permet à la fois des versements significatifs pour les bénéficiaires et une forte réduction d'impôt pour les donateurs.

Mais l'innovation la plus sensible de cette loi est la mise en œuvre du rescrit fiscal. Derrière cette expression technique se trouve le dispositif le plus simple que l'on pouvait imaginer : tout organisme public et privé qui pense remplir les conditions nécessaires à l'acceptation des dons fait une demande d'agrément à l'administration fiscale. Cette dernière dispose de six mois pour répondre. En cas d'agrément ou d'absence de réponse dans le délai, l'organisme peut délivrer à ses donateurs un reçu qui ouvre droit à la déduction fiscale et, s'il n'a pas fait de déclaration inexacte, met le bénéficiaire à l'abri des amendes fiscales.

Qui peut recevoir des dons de mécènes ? La loi est assez libérale en la matière. Organismes privés et publics, quelle que soit leur forme juridique, un caractère désintéressé, une vocation culturelle ou éducative suffisent à la capacité de "mécène"⁽¹¹⁾. Cela veut dire que des musées publics peuvent accepter des dons en numéraire, des dons d'œuvres et des dons en nature comme des prestations de services, l'informatisation d'un catalogue par exemple. Le caractère public ne complique pas exagérément le processus qui peut s'inscrire dans le cadre financier d'une offre de concours.

La loi de 2003 a consacré aussi un mouvement de libéralisation en ce qui concerne les contreparties octroyées aux mécènes. C'est une reconnaissance de la fonction de communication du mécénat des entreprises. Celles-ci peuvent ainsi inviter clients prospects et salariés au vernissage d'une exposition, voir figurer leur nom sur un catalogue, un panneau ou une affiche et distribuer des billets d'entrée gratuits par exemple.

Bien sûr, une convention de mécénat rend plus sûres les relations entre le mécène et le donataire, car la simplicité du processus n'exclut pas complètement les risques de requalification fiscale.



(11) Dans la réalité, les conditions sont plus précises qu'elles ne sont exprimées ici, mais leur exposé dépasserait le cadre du présent article.

(12) Création de la Fondation de France, avec le concours de Sciences-Po Paris.

Ce dispositif est-il en mesure de changer le financement de la culture en France ? Il est probablement trop tôt pour le dire. L'Observatoire du mécénat⁽¹²⁾ comptabilisait en 2002,

soit avant la loi, environ 195 M€ donnés par 1 060 entreprises au profit de 2 665 actions culturelles. Tel est l'état des lieux qu'il faudra faire bouger.

Il appartient aux acteurs de la culture de faire vivre le dispositif. À eux de se rapprocher des associations de mécènes⁽¹³⁾, d'obtenir l'agrément fiscal et de le faire savoir⁽¹⁴⁾. Mais c'est à eux surtout de proposer à des entreprises des actions culturelles de qualité, de déclencher le versement du don, de proposer des contreparties qui valorisent les donateurs.

De tels partenariats sont fertiles : ils n'ôtent rien à la liberté des acteurs culturels, ils permettent le financement d'actions innovantes et contribuent à les inscrire dans la vie publique. ○

(13) Admical
(www.admical.asso.fr).

(14) L'agrément fiscal n'est pas, à lui seul, un élément déclenchant pour une action de mécénat, mais il y contribue.

Sondage La culture d'abord

Le mécénat culturel devance l'humanitaire en termes de budgets selon une enquête du CSA

PARIS ■ Les entreprises mécènes sont plus généreuses et plus nombreuses, tandis que la culture lève les budgets les plus importants du mécénat en 2008 : telles sont les données principales de la nouvelle enquête réalisée par le CSA pour l'Admical (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial), début avril et rendue publique le 12 juin. Une enquête similaire avait déjà été effectuée en 2006, mais, cette année, l'institut de sondage a pris en compte les entreprises de vingt salariés et plus, alors qu'auparavant, elle se limitait aux entreprises de plus de deux cents salariés.

Mécénat croissant

Le budget consacré au mécénat d'entreprises s'élève à 2,5 milliards d'euros, tous les domaines confondus (solidarité, culture, sport, environnement et recherche). Cela représente une augmentation de 50 % par rapport à 2006 et à paramètres constants. En 2006, les entreprises de plus de 200 salariés avaient consacré un milliard d'euros au mécénat contre 1,57 milliard en 2008. Si les actions de solidarité restent les plus nombreuses (les choix des entreprises se portent à 47 % sur la solidarité, suivi de la culture à hauteur de 36 %), en termes de budgets, la culture passe en tête avec 39 % des crédits, contre 32 % pour la solidarité, suivi de l'environnement (15 %), la recherche (9 %) et le sport (5 %). Une donnée à relativiser car le tsunami de 2005 s'était accompagné d'un élan solidaire sans pareil, faussant légèrement la donne. En 2008,

la culture concentre à elle seule 44 % du budget mécénat des entreprises de plus de 200 salariés, contre 34 % en 2006, tandis qu'à l'inverse, les crédits dévolus aux actions de solidarité sont passés de 55 % à 33 % de ce budget. Si 63 % du budget mécénat sont versés par les entreprises de plus de 200 salariés, il faut toutefois noter l'importance des petites structures – 20 % du budget sont apportés par les



En 2008,
la culture concentre
à elle seule 44 %
du budget mécénat
des entreprises de
plus de 200 salariés,
contre 34 % en 2006

entreprises de 20 à 99 salariés contre 17 % par les entreprises de 100 à 199 salariés –, notamment en régions où elles agissent souvent par le biais des clubs d'entreprises. Au total, 23 % des entreprises françaises sont mécènes et 73 % d'entre elles sont des PME. C'est le secteur d'activité des services qui est le plus actif (ils représentent 43 % des mécènes et 64 % du budget global mécénat) suivi de celui du commerce (23 % du budget mais 16 % des mécènes) et de l'industrie et l'énergie (8 % du budget, mais 27 % des mécènes), puis du

domaine des constructions (4 % du budget, 8 % des mécènes), et, enfin de celui de l'agriculture et l'agroalimentaire (6 % mécènes et 1 % du budget). Les entreprises ont, en outre, tendance à adopter d'autres formes que le mécénat financier, même si ce dernier est largement majoritaire : 81 % des entreprises font du mécénat financier, 33 % proposent du mécénat en nature et 22 % du mécénat de compétence (plusieurs réponses étaient proposées aux 751 entreprises sondées pour l'enquête). Le sondage met aussi en exergue la multiplication des fondations d'entreprises, qui sont aujourd'hui 290 contre 120 en 2003, signe fort de l'intérêt porté à la cause. Autre donnée intéressante : seuls 54 % des entreprises mécènes bénéficient de réductions fiscales, rendues possibles par la loi 2003. Plus encore que le manque d'information, la volonté de rester discret semble en être la raison principale. Marianne Eshet, déléguée générale de l'Admical, n'hésite pas à parler d'une véritable « explosion » du mécénat en France depuis la loi de 2003, rendant hommage à l'action menée par son ancien président Jacques Rigaud, apparemment irremplaçable. Parti en janvier 2008, il n'a toujours pas de successeur, Guillaume Pepy, d'abord choisi à ce poste, a finalement été appelé à la présidence de la SNCF, dont il était le directeur général exécutif depuis 10 ans. C'est pour l'heure Alain Grangé Cabane, ancien vice président de l'Admical, qui joue le rôle de président intérimaire.

Daphné Bétard

DOCUMENT 3

Les entreprises, nouveaux mécènes de la culture

Le mécénat se développe dans le domaine de la culture. De ces collaborations entre secteurs privé et public, chacun sort enrichi, la loi de 2003 encourageant les entreprises à financer le monde de l'art



Restauration de la Galerie des Glaces du château de Versailles.
L'une des plus importantes opérations de mécénat culturel jamais réalisées en France
(photo Feferberg/AFP)

En 1978, autant dire au siècle dernier, IBM France avait financé la réalisation de deux films sur le danseur Barichnikov. Elle en avait proposé la diffusion gratuite aux chaînes de télévision publique et essuyé un refus offusqué, au motif que le nom d'IBM apparaîtrait au générique. L'argent privé avait l'odeur du diable pour ces vertueux tenants de la culture étatique.

Aujourd'hui, l'hôtel de la Marine, place de la Concorde à Paris, s'apprête à masquer entièrement sa façade avec une bâche portant le nom de Bouygues, qui finance sa restauration. Le château de Versailles a tout autant d'égards pour le groupe Vinci, qui restaure sa célèbre galerie des Glaces, ou pour les mécènes – entreprises et particuliers – des 286 vases et statues à restaurer dans son parc, en leur promettant d'apposer leur nom sur les cartels.

Un tabou français serait-il tombé ? Aux États-Unis, la plupart des grands musées ou des salles de concert sont financés depuis toujours par l'argent privé. En France, pays de tradition jacobine, le mécénat d'entreprise dans le domaine de la culture est longtemps resté marginal. Il ne représentait que 200 millions d'euros en 2000, 341 toutes causes confondues (culture, solidarité, recherche, etc.), selon l'Association Admical qui milite depuis 1979 pour cette forme de générosité.

Changement de donne

La loi Aillagon du 1er août 2003, en augmentant les avantages fiscaux pour les mécènes (lire Repères), a incontestablement changé la donne. En 2005, d'après une enquête CSA-Admical, près de 6 500 entreprises, soit 18 % des sociétés de plus de 200 salariés, s'étaient impliquées dans des actions de mécénat. Plus de 200 d'entre elles avaient même créé des Fondations, à l'image de la Fondation Louis-Vuitton qui vient d'annoncer la construction à Paris d'un musée conçu par l'architecte Frank Gehry. Au total, le mécénat des entreprises représenterait, selon leurs déclarations (sans doute surévaluées) 1 milliard d'euros. Au Royaume-Uni, ce chiffre atteint 1,39 milliard d'euros, selon la Guardian Giving List. « Le statut juridique et fiscal du mécénat en France est actuellement comparable à celui de nos voisins. Pour les chiffres, nous sommes encore en dessous et heureusement : c'est le signe que l'État ne se désengage pas », estime Jacques Rigaud, président d'Admical.

La musique bénéficie, à elle seule, du tiers des actions de mécénat culturel. On ne compte plus les cercles de mécènes autour de l'Opéra de Paris, l'Orchestre de Toulouse, de Lille... « La musique est perçue comme un langage universel. Aider à l'organisation d'un concert et pouvoir y inviter en échange ses salariés est à la fois convivial et valorisant pour l'entreprise. De plus, l'impulsion du patron reste déterminante pour décider d'une action de mécénat et la musique classique fait plus naturellement partie de son bagage culturel que la danse ou le théâtre », note Marianne Eshet, à l'Admical.

Parmi les motivations de ces nouveaux mécènes de la culture, l'amélioration de l'image de l'entreprise apparaît prioritaire. Après la marée noire de l'Erika, l'explosion de l'usine AZF à Toulouse, le groupe Total a eu à cœur d'effacer ces images catastrophiques aux yeux de la population française. Quelle meilleure affiche pour vanter « l'entreprise citoyenne » que de financer la restauration des peintures et des ors rutilants de la galerie d'Apollon au Louvre ? Ou récemment des restaurations, comme celle des remparts de Lectoure, le château Borély à Marseille ou la halle au blé de Bray-sur-Seine, via la Fondation du Patrimoine ? « Le mécénat offre une nouvelle légitimité pour l'entreprise. Il lui donne un visage, une voix chaleureuse, laisse transparaître ses valeurs », confirme Yves Le Goff, directeur de la communication de Total.

Un tiers du mécénat culturel sur l'Île de France

Si l'Île-de-France concentre encore à elle seule un tiers du mécénat culturel des entreprises, celles-ci commencent à mesurer l'intérêt d'investir dans les régions où elles sont implantées afin de renforcer leur attractivité. « La première question que pose un cadre avant d'accepter un poste dans une ville concerne l'offre éducative et culturelle pour lui et sa famille. Contribuer au rayonnement du musée ou du théâtre local participe ainsi de l'insertion réussie d'une société dans son environnement », souligne Robert Fohr, chef de la mission mécénat au ministère de la culture.

Certaines entreprises vont plus loin, cherchant à mettre en œuvre de véritables collaborations avec des artistes pour doper leur innovation. C'est le cas, par exemple, du porcelainier Bernardaud à Limoges, qui invite des créateurs à explorer dans ses ateliers des formes et des usages inédits. « Les artistes ont des idées que l'on imagine ne pas pouvoir réaliser, ils rêvent... et nous obligent au dépassement », confirme à l'Admical Luc Doublet, PDG d'une entreprise de drapeaux du Nord, qui collabore aussi régulièrement avec des artistes.

Longtemps réticents à ces interventions du privé, par crainte d'y perdre leur indépendance et leur éthique non marchande, les milieux culturels ont appris, peu à peu, à tirer parti du mécénat. D'abord parce que, aujourd'hui, le développement du patrimoine est tel que l'État ne peut plus financer seules certaines opérations lourdes. La loi Tasca de 2002, encourageant fiscalement le mécénat pour l'achat de « trésors nationaux », a ainsi permis d'éviter la fuite de plusieurs grands chef-d'œuvre à l'étranger, à laquelle les musées assistaient impuissants auparavant.

Une rationalité gestionnaire pour le monde de la culture

Le Portrait du duc d'Orléans, d'Ingres, 11 millions d'euros, a pu rejoindre les collections du Louvre cette année grâce à Axa. Le Musée des beaux-arts de Lyon, qui convoite une superbe Fuite en Égypte de Poussin, évaluée autour de 15 millions d'euros, n'a pas trouvé de mécène équivalent. Mais il recevait à déjeuner avec le maire de Lyon, le 8 décembre dernier, une vingtaine d'entreprises de la région pour tenter de les convaincre de s'engager ensemble dans l'opération d'ici au 11 février...

« C'est difficile : la peinture de Poussin apparaît intellectuelle... Certaines entreprises veulent bien faire du mécénat en achetant une œuvre, mais seules et, là, le montant leur paraît trop élevé. D'autres préfèrent agir dans le domaine de la solidarité, mais il y a des contacts fructueux », explique Agnès Cipriani, responsable du mécénat au sein du musée.

Les relations avec le monde de l'entreprise apportent aussi une rationalité gestionnaire à celui de la culture. Des savoirs s'échangent, lorsque Pierre Guénant, PDG de PGA, une PME de distribution automobile, qui a offert au Louvre en 2002 des peintures d'Oudry, siège au sein de la commission d'acquisition du musée, ou lorsque le président de General Electric décide de s'associer aux Eurockéennes de Belfort...

La peur de ne pas trouver de mécène

Ces collaborations permettent aussi de toucher de nouveaux publics, lorsqu'une entreprise, dans le cadre des contreparties accordées aux mécènes (plafonnées légalement à 25 % du montant du don), réclame des entrées gratuites pour ses salariés ou ses clients. À la crainte de voir peser ces intérêts privés sur la programmation culturelle – difficile à vérifier dans les faits –, a succédé aujourd'hui la peur de ne pas trouver de mécène. C'est le cas de l'exposition sur la « Mélancolie » dont le sujet a été jugé trop triste par les entreprises. Sans parler de tous les musées de province qui ne parviennent qu'exceptionnellement à trouver un partenaire !

Pourtant, le potentiel de développement est encore immense. Il y a en France environ 240 000 entreprises d'au moins 10 salariés, dont beaucoup ignorent encore les nouveaux avantages fiscaux et l'intérêt du mécénat. Le ministère de la culture, qui développe des formations à ce sujet dans les écoles de commerce, est convaincu de la possibilité de mobiliser davantage tout ce secteur privé. En scène, messieurs les Mécènes !

Sabine Gignoux
La Croix, 15 décembre 2006
(source : www.la-croix.com)

Repère : les avantages fiscaux

Le mécénat

Le mécénat des entreprises pour des œuvres ou organismes d'intérêt général leur donne droit à une réduction de 60 % sur le montant de l'impôt sur les sociétés, dans la limite d'un plafond de 0,5 % de leur chiffre d'affaires, avec possibilité d'étaler le paiement sur cinq ans en cas de dépassement du seuil.

Les particuliers qui font des dons à des œuvres ou organismes d'intérêt général peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt de 66 % du montant de ce don dans la limite de 20 % de leur revenu imposable (loi Aillagon du 1er août 2003).

Les achats d'œuvres

Si une entreprise contribue à l'achat par l'État d'une « œuvre d'intérêt majeur » ou classée « trésor national », en France ou à l'étranger, elle a droit à une réduction d'impôt égale à 90 % du montant de sa contribution (sur l'impôt sur les sociétés).

Si elle achète une œuvre d'art pour son propre compte, la réduction est de 40 %. S'il s'agit d'une œuvre d'art contemporain, elle peut même déduire cet achat de son résultat imposable, par fractions égales sur 5 ans, à condition d'exposer l'œuvre dans un « lieu accessible au public » par exemple, le hall d'accueil de l'entreprise.

Les fondations

Les fondations reconnues d'utilité publique créées par des entreprises bénéficient d'un abattement de l'impôt sur les sociétés prélevé sur les activités lucratives de 50 000 €.

Et encore...

Lors de l'examen de la loi de finances 2007, le Sénat vient d'adopter un amendement pour permettre aux particuliers propriétaires de monuments historiques de bénéficier de mécénat sous contrôle de fondations habilités. Le second pour élargir le bénéfice du mécénat aux expositions d'art contemporain.

Rhône-Alpes

Le mécénat bénéficie du dynamisme économique régional

La générosité et la solidarité sont au cœur du mécénat en Rhône-Alpes. C'est ce qui ressort de l'enquête sur le mécénat d'entreprise de la région réalisée par ADMICAL et l'institut de sondage CSA*.

Rhône-Alpes : 103 millions d'euros pour le mécénat

Deuxième région française en termes de PIB, Rhône-Alpes apparaît comme une région d'entrepreneurs. L'ancrage des actions dans le tissu associatif illustre, en outre, la dimension humaniste et solidaire de la région.

Dynamique, la région l'est également par son mécénat. 18% des entreprises de plus de 20 salariés sont désormais mécènes et elles ont apporté en 2006, 103 millions d'euros à des associations ou des projets.

Le mécénat représente de plus en plus un choix à part entière et les entreprises qui l'exercent entendent l'inscrire dans la durée. Les mécènes régionaux ont su saisir les opportunités créées par les lois de 1990 et 2003 - fruits des propositions d'ADMICAL - pour créer des fondations.

Solidarité et culture

Au palmarès des actions, la solidarité arrive en tête : 61% des entreprises soutiennent des actions dans ce domaine. La culture, quant à elle, conserve une place de choix, 40% des entreprises mécènes ont fait le choix de s'y investir. La région, il est vrai, compte de nombreuses institutions culturelles qui ont créé des clubs d'entreprises, structures particulièrement adaptées au mécénat des PME.

Les entreprises sont également de plus en plus nombreuses à pratiquer des opérations de « mécénat croisé », associant à la fois des actions culturelles, sociales et environnementales, ou bien sportives et solidaires.

Quand des mécènes soutiennent des initiatives qui promeuvent l'art dans des quartiers défavorisés, éduquent les enfants à l'environnement ou utilisent le sport comme moyen d'insertion, elles redonnent au mécénat ses lettres de noblesse.

Pratiques innovantes

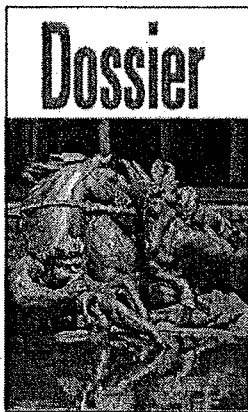
Un mécène sur cinq pratique le mécénat de compétences. Les entreprises encouragent ainsi leurs salariés à se mobiliser individuellement pour une cause culturelle ou humanitaire. Elles accompagnent alors les projets en contribuant à leur financement.

40% des mécènes - en particulier les petites entreprises - choisissent les dons en nature (produits, matériels, espaces médias, technologie...).

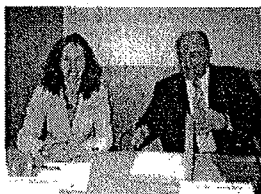
En mettant à la disposition d'actions d'intérêt général des ressources non seulement financières, mais également humaines, avec des capacités à mener à bien des projets, les entreprises mécènes inscrivent leurs actions dans une perspective humaniste et sociale.

Marianne Eshet
Déléguée générale d'Admical

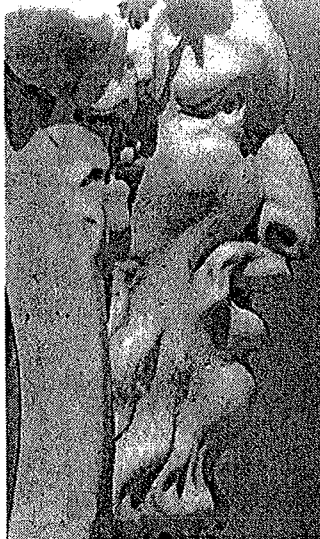
* Cette enquête fait suite à celle réalisée pour le Nord-Pas-de-Calais, et restituée lors des 18es Assises organisées en mars 2007 à Lille. Elle s'inscrit dans la mission d'observatoire d'ADMICAL qui, depuis 20 ans, publie les chiffres du mécénat au niveau national et appuie notre volonté de promouvoir le mécénat sur tout le territoire.



Autrefois, le mécénat était considéré comme un loisir réservé aux puissants. Aujourd'hui, même les PME misent sur la créativité des artistes pour valoriser leur image et développer leur notoriété. A partir de budgets modestes, elles peuvent, elles aussi, entrer dans l'univers du mécénat.



Mario-Christine LABOURDETTE, Directrice régionale des Affaires Culturelles de Bourgogne et Jean-Pierre ROSSIGNOL signent la convention 'Mécénat'.



Les PME osent le mécénat culturel

Le commerce acteur et partenaire du développement durable



«Mécène»... Le mot évoque d'abord les rois et princes dont la générosité a permis à tant de chefs d'œuvre de voir le jour. Aujourd'hui les entreprises leur emboîtent le pas, veillant à l'entretien du patrimoine et favorisant de nouvelles créations. Aux grands groupes les opérations de prestige. Au Louvre, Total a participé à la restauration de la galerie d'Apollon. Vinci assume entièrement celle de la galerie des Glaces du Château de Versailles. «Contrairement aux idées reçues, le mécénat n'est pas réservé aux poids lourds de l'économie. Plus de 2 000 entreprises y recourent, convaincues de l'intérêt de valoriser leur image par un engagement artistique. Pour les inciter à se lancer, le gouvernement a pris des mesures fiscales», constate Patrice Marie, chef de pôle à la mission Mécénat de l'Institut de la Culture et de la Communication.

Le loi du 1er août 2003 a porté la réduction d'impôt à 60 % de leur investissement dans le limite de 0,5 % du chiffre d'affaires avec report possible sur cinq ans en cas d'excédent.

De quoi susciter d'autres vocations, favoriser un mécénat de proximité, et augmenter la manne (actuellement estimée à 350 millions d'euros par an) en faveur de créations très diverses.

«Aujourd'hui, 30 % du mécénat culturel provient d'entreprises de moins de 100 salariés. Le chiffre était de 15 % il y a deux ans, toutes causes de philanthropie confondues»,

se félicitait le ministre de la Culture, Renaud Donnedieu de Vabres, lors du colloque organisé sur ce thème à l'École du Louvre l'an passé. Et c'est justement pour soutenir cet élan que Jean-François Bernardin, président de l'ACFCI, et le ministre ont signé en 2005, une charta commune. Les objectifs sont multiples : désigner dans chaque CCI un correspondant mécénat chargé de développer les relations avec la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC) et les acteurs

culturels de son territoire ; faire connaître auprès des chefs d'entreprise petite ou moyenne les avantages du mécénat comme facteur de compétitivité, de développement et d'attractivité du territoire ; favoriser dans chaque région les contacts entre acteurs économiques et culturels en valorisant les expériences les plus intéressantes.

Qui est mécène et pourquoi ? La plupart des mécènes éprouvent une véritable attirance pour un art et souhaitent le faire partager. Vient ensuite le désir de notoriété. Associer son nom à un lieu ou un événement prestigieux permet de renforcer sa crédibilité auprès d'un public haut de gamme ou étranger et de s'ouvrir à de nouveaux marchés. Mais une enseigne sportive aura intérêt à séduire une clientèle jeune en misant sur des artistes plus proches, musiciens ou graphistes, dans lesquels elle se reconnaîtra facilement. Le mécénat peut être aussi affaire de tradition. Quelle que soit sa forme, le mécénat fonctionne sur la réciprocité et les entreprises comme les artistes doivent y gagner, même si cela ne

se mesure pas en termes financiers. «En faisant entrer l'art sur mon lieu de travail par le biais d'exposition régulières, il s'est instauré un autre niveau de communication avec mes collaborateurs», explique Corinne Brenet, présidente de Courtage de France Assurances. «Devant une œuvre d'art, nous avons tous le droit de dire : j'aime ou je n'aime pas. Cela ouvre un espace de liberté d'expression en dehors de toute convention hiérarchique.

La présence d'œuvres d'art crée du lien et peut permettre de développer une vraie culture d'entreprise.»

Pour sa part, Jean-Pierre Rossignol, Président de la CCI de la Nièvre a signé le 17 mai dernier, une convention de partenariat avec la DRAC Bourgogne, à l'occasion de la rencontre de l'économie consacrée au Mécénat culturel. Aujourd'hui, il souhaite voir se développer un club de

chefs d'entreprises intéressés par ses actions, auquel la CCI de la Nièvre apportera son soutien. Ce futur «groupement d'entreprises» réuni autour d'un projet de mécénat commun, contribuera au rayonnement de la région via une structure emblématique.

Informations complémentaires auprès de Dolores Touzin, Tel 03 86 60 61 04 d.touzin@nievre.cci.fr

Fiscalité, un nouveau cadre législatif

La loi du 1^{er} août 2003 ouvre une large voie au mécénat d'entreprise sur les activités culturelles en doublant quasiment l'avantage fiscal par rapport à la situation antérieure.

- Une réduction d'impôt de 60% du montant du versement par l'entreprise (plafonnée à 0,5% du chiffre d'affaires hors taxes avec report de l'excédent sur cinq ans.)

- 90% de déduction pour l'achat d'une œuvre d'intérêt majeur ou de trésors nationaux. (loi relative aux Musées de France et loi mécénat).

40% de déduction pour l'acquisition pour son propre compte d'un trésor national.

- Un système favorisant les fondations (l'abattement fiscal est porté à 50 000 € pour les fondations d'utilité publique).

CA de l'entreprise donateur	Dons à hauteur de 0,5%	Réduction fiscale de 60%	Obtention de contrepartie à hauteur de 25%	Coût réel des dépenses
300 000 €	1500	900	375	225
500 000 €	2500	1500	625	375
750 000 €	3750	2250	938	562
1 000 000 €	4000	2400	1 000	600
1 500 000 €	6500	3900	1 625	975
2 000 000 €	10000	6000	2 500	1 500
3 000 000 €	15 000	9000	3 750	2 250
3 500 000 €	17 500	10 500	4 375	2 625
4 000 000 €	20 000	12 000	5 000	3 000
6 000 000 €	30 000	18 000	7 500	4 500
8 000 000 €	40 000	24 000	10 000	6 000
10 000 000 €	50 000	30 000	12 500	7 500

Des avantages supplémentaires pour la culture

Pour le patrimoine

Une disposition qui étend la réduction de l'impôt sur les sociétés à hauteur de 90% des versements effectués par l'entreprise en faveur de l'achat par l'Etat d'œuvre d'intérêt majeur situées en France, mais aussi à l'étranger. (Loi du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France et la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat.)

Cette réduction est de 40% des dépenses d'acquisition consacrées par une entreprise à l'acquisition pour son propre compte d'un trésor national (situé sur le sol français).

Pour les œuvres d'art contemporain

Les achats d'œuvres originales d'artistes vivants sont désormais admis en déduction du résultat imposable des entreprises (dans la limite du plafond de 0,5% du chiffre d'affaires). L'obligation d'exposition au public de ces œuvres est limitée à la durée d'amortissement du bien (soit 5 ans) et vise désormais tous les lieux accessibles au public. Les œuvres sont exclues de l'assiette de la taxe professionnelle.

Pour la musique

La somme engagée pour l'achat d'instruments de musique peut être déduite du résultat imposable, si ces instruments sont prêtés à des artistes interprètes, selon le modèle du dispositif prévu pour les œuvres d'artistes vivants (inscription à un compte d'écrit immobilisé avec déduction du prix d'achat du résultat de l'exercice d'acquisition et de quatre années suivantes, par fractions égales).

Pour le spectacle vivant (la musique et le cinéma

les organismes publics ou

privés dont la gestion est désintéressée, et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques et de cirque. Il est prévu qu'ils peuvent bénéficier du régime d'entreprise (réduction d'impôt de 60%) même s'ils sont assujettis à la TVA et aux autres impôts commerciaux.

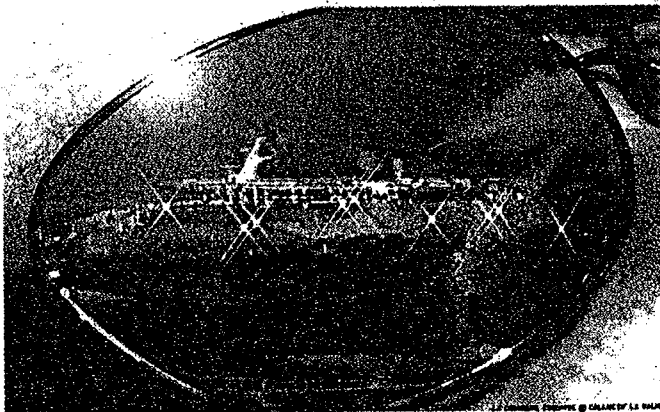
PAYS DE LA LOIRE

Le mécénat des PME se développe

ORGANISÉE le 21 novembre par l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie, une visite à Nantes et à Angers a permis de prendre la mesure du développement d'un mécénat de proximité tourné vers les PME locales.

Les PME sont concernées. Le mécénat culturel s'est beaucoup développé depuis la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, qui a créé un dispositif fiscal très incitatif pour les entreprises. Et si, dans un premier temps, ce sont surtout les grandes entreprises qui ont développé des actions de mécénat, ce sont aujourd'hui de très nombreuses PME qui le font à leur tour, avec une générosité croissante.

L'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (CCI) joue, dans le développement de ce type de mécénat, un rôle moteur. En 2005, une charte pour le développement du mécénat culturel a été conjointement signée avec le ministère de la Culture et de la Communication et des « correspondants mécénat » ont été désignés dans la plupart des CCI, parallèlement au réseau qui anime la mission du mécénat dans les directions et établissements du ministère. Ils sont les interlocuteurs naturels des « correspondants mécénat » des



© COLLECTIF LA VALISSE

NANTES

■ La précédente édition d'Estuaire 2007 a bénéficié du mécénat local. Ici, La croisière, esquisse du collectif La Valise.

Directions régionales des affaires culturelles (DRAC) et, plus largement, de l'ensemble des acteurs économiques et culturels des territoires concernés. Cercles et clubs. A Nantes — où a été fait le choix de rassembler plusieurs entreprises mécènes autour de quelques grands projets culturels — ont déjà été créés deux clubs d'entreprises, pour soutenir le château des Ducs de Bretagne et son musée, d'une part, et le parcours artistique de l'Estuaire, d'autre part. Un troisième club d'entreprises est actuellement en formation : il apportera son soutien à un projet artistique inédit : les « Machines de l'île », dont le premier élément, un gigantesque éléphant de 12 mètres de haut et de 8 mètres de large, fait déjà le bonheur des petits et des grands. A Angers, un autre choix a été fait : celui de créer, en amont des projets, une Fondation qui, après sélection, décide de soutenir tel ou tel de ces projets. Rassemblant vingt-quatre PME, la Fondation, baptisée « Mécène et Loire », a depuis sa création, en août 2007, soutenu vingt-six projets culturels très divers... et se prépare à en soutenir vingt autres en 2009.

« Un formidable outil ». Outre la défiscalisation, que la loi de 2003 leur permet, les chefs d'entreprise sont unanimes à vanter les bénéfices annexes, aussi bien internes qu'externes, que leur apporte le mécénat. « C'est vraiment un formidable outil de management ! », résume l'un d'eux. La période de crise dans laquelle nous sommes en train d'entrer mettra-t-elle un frein à ce bel enthousiasme ? Rien n'est moins sûr. « C'est dans de telles périodes, au contraire, souligne un chef d'entreprise, qu'un ancrage dans un territoire est plus que jamais nécessaire, ainsi qu'une ouverture à des horizons qui dépassent l'économie. »

Jacques Bordet



Nicole BASCHET-THOMAS

Responsable artistique, Vacances Bleues

Vacances Bleues est une chaîne hôtelière de loisirs proposant une vaste gamme de produits: hôtels-club, villages-club, locations, séjours à l'étranger, circuits, croisières fluviales et tourisme solidaire, avec plus de 100 destinations en France et à l'étranger.

Avec plus d'1 million de journées vacances par an, un chiffre d'affaires de 66 millions d'euros, 82 000 clients par an, 850 salariés, Vacances Bleues est aujourd'hui le spécialiste français des vacances des seniors et de leur famille.

L'entreprise n'a pas de fonction culturelle. On se pose donc la question de savoir le pourquoi du mécénat culturel : quels sont les objectifs de l'entreprise ? Il faut bien les définir afin de pouvoir réaliser une collaboration harmonieuse pour les deux parties.

Vacances Bleues est née d'une association en 1971. Les valeurs d'ouverture et de solidarité sont partagées et vécues au quotidien : entreprise citoyenne, elle s'est engagée dans des actions de mécénat :

- - social, avec l'aide aux enfants défavorisés à travers l'association « Art et Développement »,
- - économique avec l'assistance aux créateurs d'entreprises dans le cadre de « Paca Entreprendre »
- - écologique avec le tri sélectif dans ses hôtels
- - artistique avec la création d'une fondation d'entreprise Vacances Bleues.

Vacances Bleues est une entreprise dont le siège social est à Marseille, et nous tenions à collaborer à l'épanouissement culturel de notre région. L'objectif était de faire savoir qu'il existe à Marseille une créativité de grande qualité et une vie culturelle très active. Ainsi, nous voulions promouvoir l'image dynamique de la ville en dehors des clichés journalistiques, et permettre aux artistes de pouvoir y vivre, nous apportant leur talent et leur façon singulière de voir les choses.

Forte de ces valeurs, Vacances Bleues s'est tournée naturellement vers le mécénat artistique. Il ne s'agit pas là de philanthropie, mais d'un véritable engagement social et culturel. Notre mécénat artistique n'est pas basé sur le soutien à des manifestations, il vise à casser la barrière entre l'art contemporain et un public non averti. Pour cela, nous faisons entrer l'art dans l'entreprise.

L'art pose ou soulève des questionnements, des incompréhensions qui obligent à une réflexion, éveille l'imaginaire et l'intuition. Son côté subversif nous oblige à nous remettre en question intellectuellement. L'artiste est le passeur de ce qui est inconnu en nous. Il est sur le seuil de notre irrationnel poétique, il est craint et désiré à la fois. Il n'y a pas d'antinomie entre le monde de l'économie et le monde culturel. L'art n'a pas à être séparé du monde du travail, il y apporte un air de liberté, il développe l'imaginaire et ouvre les esprits.

Des projets artistiques ambitieux ont vu le jour avec des commandes spécifiques pour des hôtels :

- - L'architecture et la décoration de la piscine couverte de l'hôtel Plein Sud à Hyères, à partir d'une grande bâche de Claude VIALLAT
- - « la demeure du peintre » au Château de Montvillargenne à Chantilly où le peintre Jean LE GAC investit le château de façon permanente dans une installation évolutive « picto-romanesque »
- - Jean-Michel ALBEROLA aux Longs Prés (Divonne-les-Bains)
- - Jean-Marc HAROUTIOUNIAN à Serre du Villard (Chorges).
- - Piotr KLEMENSIEWICZ à la villa Modigliani (Paris).
- - Jean-Philippe ROUBAUD aux Provinces (Paris)
- - Jean-Jacques SURIAN à Château Laval (Gréoux-les-Bains).

La collection n'était pas le but initial de notre mécénat, mais comme nous avons décidé d'acquérir au moins une œuvre par artiste exposé, nous sommes à ce jour riches d'une collection d'art contemporain de plus de 250 œuvres, ce qui nous amène à créer une fondation d'entreprise « Vacances Bleues »

Nous avons d'autre part créé des vocations auprès de nos salariés, des chefs d'entreprises ou de sociétés qui ont acquis les œuvres de jeunes artistes.

Le budget de cette action culturelle représente en 2005 une moyenne de 100 000 € par an dont 50% en achat d'œuvres d'art et l'autre partie en fonctionnement. L'ensemble de la collection a actuellement une valeur de 658 000 € qui est intégrée au patrimoine de Vacances Bleues et bénéficie des nouvelles lois sur le mécénat artistique.

Nous n'avons pas la prétention de faire connaître Vacances Bleues à travers son mécénat artistique. Ce que nous cherchons à faire, c'est différencier notre entreprise des autres organismes de tourisme afin d'en faire valoir la sensibilité et les valeurs qui la sous-tendent.

Nous avons pour compléter notre action créé avec d'autres entreprises une nouvelle association, « Mécènes du Sud » dont le but est d'aider des projets de fond et de leur permettre de communiquer. Nous sommes à ce jour une trentaine d'entreprises à faire partie de cette association dont les projets sont jugés par un comité artistique indépendant.

Le musée FABRE à Montpellier nous a prêté plusieurs œuvres importantes de l'époque support-surface pour l'exposition de Vincent Bioulès dont nous avons acquis une œuvre monumentale exposée dans un de nos hôtels, Le Royal à Nice. Le musée GRIMALDI d'Antibes nous a prêté un grand tableau de Jean Le Gac pour compléter l'exposition de son œuvre à notre siège social. Le Musée de la Mode à Marseille, des écoles d'Art, nous sollicitent pour des prêts de tableaux ou de sculptures de notre collection lors d'expositions. Avec le FRAC-PACA, nous avons pu organiser une exposition dans leurs locaux d'un jeune artiste, Hervé Garcia, dont l'œuvre sonore et mobile ne pouvait être présentée dans nos bureaux. L'exposition d'une partie importante de notre collection au Musée des Tapisseries et Pavillon Vendôme à Aix-en-Provence, reprend bien le sens de notre action une culture d'entreprise.

- - La caution du milieu culturel pour notre action nous a réconforté et encouragé car le mécénat artistique n'est pas toujours facile à promouvoir en interne
- - Le personnel de Vacances Bleues a vu les œuvres qu'ils avaient dans leur bureau exposées dans un musée. Cela a créé une distanciation et un respect « muséal » qui a généré une confiance en notre action et une fierté d'avoir, chez Vacances Bleues, des œuvres remarquables.
- - L'image de Vacances Bleues s'est trouvée renforcée et prouve qu'elle est en phase avec ses valeurs.
- - Le catalogue réalisé en collaboration avec le musée est un précieux outil pour nous et pour les artistes que nous défendons. Ils valorisent notre collection.
- - Les échanges intellectuels que nous avons eus nous ont grandis et nous ont donnés envie d'aller de l'avant et de continuer.

Pour l'ensemble de ces actions et la façon de les mener, nous avons reçu le prix Télérama de l'Oscar Admical du mécénat d'entreprise 2003. Ce prix a été pour nous d'un grand encouragement et a fait connaître la qualité de notre action de mécénat artistique sur le plan national.

**Rencontre internationale, fondation Royaumont, abbaye de Royaumont
3 et 4 février 2006**

« Le mécénat et les musées de la mode »

Compte-rendu de la réunion du 23 février 2006

Modérateur

- Sophie FLOUQUET, journaliste au Journal des Arts

Intervenants

- Catherine JOIN-DIETERLE, Conservatrice générale, directrice du Musée Galliera – Musée de la mode de la Ville de Paris : *Quelle politique de mécénat pour le musée ?*
- Renata CORTINOVIS, Directrice du développement et de l'exploitation pour les Arts Décoratifs : l'exposition « Le cas du sac » en partenariat avec la maison Hermès.
- Philippe LE MOULT, Directeur des relations institutionnelles, Christian Dior Couture : le Musée Christian Dior à Granville.
- Robert FOHR, Chef de la Mission Mécénat.

Conservatoire des savoirs appliqués à la création contemporaine, en quoi un musée sur la mode et le costume peut-il servir la politique de mécénat d'une entreprise ?

Le propos sera illustré par trois interventions correspondant à trois types d'institutions à vocation différente.

- Catherine Join-Dieterle, conservatrice générale et directrice du Musée Galliera (Musée de la mode de la Ville de Paris). Galliera est un musée municipal et on verra effectivement comment il est amené aujourd'hui à développer des ressources propres.
- Renata Cortinovis, directrice du développement et de l'exploitation pour les Arts Décoratifs (anciennement Ucad) présentera la spécificité de l'association qu'est l'ensemble des Arts Décoratifs avec, notamment, le Musée de la Mode et des Textiles.
- Philippe Le Moul, directeur des relations institutionnelles de la Maison Christian Dior Couture, va illustrer la stratégie de mécénat du groupe LVMH par un exemple atypique : le Musée Christian Dior, villa « Les Rhumbs », à Granville en Normandie, alliance d'un musée municipal avec une marque, emblème du luxe à la française et mondialement connue.

1) Le Musée Galliera, Musée de la Mode de la Ville de Paris

Construit au XIX^e siècle, le Musée Galliera est un bâtiment aux structures métalliques, entièrement recouvert de pierres, construit dans le style Renaissance. Dès le début et de par la volonté de sa propriétaire, la duchesse de Galliera, le bâtiment est destiné à abriter des collections d'œuvres d'art. A sa mort le bâtiment entre dans le giron de la Ville de Paris et c'est en 1977 que le musée qui s'intitule alors Musée de la Mode et du Costume s'y installe. C'est un des 15 musées municipaux de la Ville de Paris. Il ne reçoit aucune subvention du Ministère de la Culture. Depuis 2005, il a reçu le label *Musées de France* comme tous les autres musées de la Ville.

Première donnée : le musée possède des collections extrêmement riches et très diverses, complémentaires de celles du Musée de la Mode et du Textile des Arts Décoratifs (Palais du Louvre). Il conserve environ 50.000 pièces de costumes, autant d'accessoires et d'estampes et un fond photographique important. Son handicap : 500 m² de surfaces utilisables qui interdisent toute présentation permanente.

Second donnée : pour faire vivre l'institution, il faut programmer deux expositions par an. En 2006, le musée propose : *Showtime*, sur le thème du défilé de mode et, à l'automne, l'analyse d'un journal de mode « *Elle* », un sujet inhabituel.

La politique de mécénat

Elle doit se développer pour deux raisons :

- La première, c'est l'augmentation très importante du coût des expositions en particulier pour ce qui concerne la mode contemporaine à cause des droits de reproduction et de la scénographie.
- La seconde vient des édiles : les musées doivent aujourd'hui trouver les moyens de leur politique. Les subventions sont reconduites chaque année mais pas augmentées. La concurrence est rude car il y a deux musées de la mode à Paris. C'est une stimulation, mais également une difficulté car, du fait de la petitesse des locaux, le musée ne peut accueillir plus d'une centaine de mille de visiteurs et ceci a pour conséquence directe de donner moins de visibilité au mécène que d'autres lieux où peuvent être accueillis trois cents, quatre cents, voire mille visiteurs.

Deux types d'expositions illustrent deux approches différentes du mécénat :

- Les expositions monographiques consacrées à des grands noms des industries du luxe comme Balmain, Givenchy, Van Cleef et Arpels etc... Dans ce cas-là, le mécénat est relativement facile à trouver : la marque éponyme bénéficie de retombées financières immédiates dues à ces expositions. Le mécénat coule de source dans un rapport « gagnant/gagnant ».

Une exception philanthropique : en 2000, lors de l'exposition Carven et malgré une situation financière très difficile (la maison Carven ayant disparu peu après), Madame Carven avait tenu à faire don de 70 de ses robes, ce qui représente un magnifique mécénat en nature.

- Les expositions à caractère thématique.

Le mécénat est plus compliqué à trouver, il faut être très imaginatif. Par exemple, pour « Les accessoires du temps », il s'agissait d'ombrelles, de parapluies, etc... et bien, le logo de la Caisse Nationale d'Épargne étant un parapluie (à cette époque-là), le rapprochement avec le thème de l'exposition était tangible et l'Ecureuil a participé à la production.

Même démarche pour le mécénat des « institutionnels ». Lors de l'exposition consacrée à Marlène Dietrich, l'Institut Goethe était, entre autres, mécène de la manifestation. Pour l'exposition sur La Hollande et la France au XVIIIème siècle, la Fondation Harris (équivalent de l'Association Française d'Action Artistique pour la Hollande) a été mécène aussi bien à Paris qu'en Hollande.

Devant la difficulté à trouver des fonds, il faut développer *le mécénat en nature* : pour *Showtime*, le montage de l'exposition a été financé par une entreprise de logistique anversoise dont le but est de conquérir des marchés parisiens. Il en est de même pour le montage de films de cet événement : les efforts consentis servent de politique de marketing.

La politique de partenariat

Parallèlement au mécénat, une politique de partenariat se développe par la mise à disposition d'espaces soit dans le jardin, soit dans la cour du musée avec son très beau péristyle. En échange, un don est fait à *Paris-Musées* ce qui permet d'augmenter les budgets d'expositions.

Un partenariat exemplaire : l'organisation de défilés de mode pour des jeunes créateurs qui payent une somme symbolique ; la multiplication de ce genre d'opérations finit par rapporter des sommes non négligeables : en 2005, le musée a ainsi récolté 66 924 euros, et début 2006, 40 000 euros sont déjà comptabilisés. Si la situation financière devenait encore plus difficile, il faudrait envisager de réduire le temps des expositions pour récupérer deux semaines afin de multiplier ce genre de manifestations.

Les partenariats médias : pratiqué par la plupart des musées, il consiste à obtenir de la part de la presse, écrite, audiovisuelle, des encarts publicitaires à titre gracieux qui amènent plus de visiteurs : plus d'entrées, c'est plus de recettes et cela permet au final de faire vivre et d'enrichir les collections.

Les dons : Galliera comme le Musée de la Mode et du Textile, comme le Musée de la Mode à Marseille, bénéficie de dons très généreux. Quelques exemples : le legs Henry Clarke, avec les droits afférents pour ce qui concerne les publications françaises (cet immense photographe de mode a travaillé pour *Vogue* pendant les décennies 50/60). Plus récemment - et partagée avec le Musée de la Mode et du Textile - la donation Popy Moreni ayant donné lieu à une présentation mise en scène par Popy Moreni elle-même. Enfin, les créateurs ont l'habitude, quand une pièce est achetée par le musée, de faire le don d'une autre pièce : c'est ainsi que le musée possède une très belle collection Jean-Charles de Castelbajac.

En conclusion, on voit à quel point il est nécessaire de multiplier les ressources propres pour faire face aux dépenses croissantes générées par les coûts d'expositions. Du fait des nouvelles dispositions fiscales, le panel des possibilités exploitables (mécénat financier, en nature et en compétence) s'est considérablement élargi et devrait faire l'objet d'une vraie stratégie de la part du musée, ce que Catherine Join-Dieterle compte mettre en œuvre dans un avenir proche : Il lui paraît éminemment souhaitable de rassembler autour du musée des entreprises qui seraient des PME, dont la situation et les problèmes seraient comparables à celle d'un musée de moyenne importance. Cela reste à construire.

2) Les Arts Décoratifs et l'exposition « Le cas du sac » au Musée de la Mode et du Textile, en partenariat avec la Maison Hermès

Les Arts Décoratifs sont une institution absolument originale dans le monde des musées. C'est sans doute la seule institution, et en tout cas, la plus ancienne institution muséale française qui doit son existence à des industriels souhaitant promouvoir « *le beau dans l'utile* » ; cette devise est encore celle des Arts Décoratifs aujourd'hui. Juridiquement c'est une association loi 1901. Les Arts Décoratifs se structurent autour de deux grandes orientations : la diffusion de la connaissance par les collections des musées et la formation au travers de son secteur éducatif.

1°) Les musées :

- Le Musée des Arts Décoratifs (réouverture en septembre 2006),
- Le Musée de la Mode et du Textile,
- Le Musée de la Publicité,
- Le Musée Nissim de Camondo.

2°) La bibliothèque, réouverte en 2003, véritable banque d'images sur les arts décoratifs dont notamment le fonds Maciet (constitué par le grand mécène qu'était Jules Maciet) ; on y trouve 5000 albums dans lesquels sont rassemblées des images et une iconographie exemplaire et unique sur le sujet.

3°) L'éducation artistique :

- Les ateliers du Carrousel dont la mission est de former à la pratique artistique amateur les enfants et les adultes,
- L'Ecole Camondo, quant à elle, forme aux métiers de l'environnement, architecture d'intérieur et design.

Deux secteurs sont à distinguer :

- Un secteur conventionné qui est celui des musées ; la subvention annuelle est utilisée, notamment, pour la restauration et la bonne conservation des collections. Pour autant toutes les expositions organisées par les Arts Décoratifs sont autofinancées.
- Un secteur non conventionné, celui de l'école et des ateliers.

Le Musée de la Mode et du Textile : en 1948, l'Union française des arts du costume est créée par François Bouchet avec pour objectif la mise sur pied d'un Musée du Costume ; sous l'impulsion de son conservateur, Yvonne Delang, les fonds de l'UFAC viennent enrichir les collections du Musée de la Mode et du Textile qui conserve aujourd'hui un total de 86 000 pièces retraçant l'évolution du costume et des accessoires. 90 % de ces pièces proviennent de donations faites par des particuliers, des créateurs, des fabricants. Elles comptent parmi les plus riches du monde avec celles du Musée Galliera, du Musée des Tissus de Lyon, du Victorian & Albert Museum de Londres et du Metropolitan Museum of Art de New-York. Comme pour Galliera, les collections ne sont pas exposées de façon permanente et elles sont produites sur le rythme de deux par an.

La recherche de mécénat : des liens étroits existant entre les conservateurs et le milieu industriel, la recherche de mécénat se fait souvent directement par les conservateurs ... Les entreprises mécènes se trouvent ainsi « au coup par coup », et il n'existe pas une équipe très professionnalisée comme dans certains grands musées...

Deux partenariats sur le moyen terme ont pu être initiés :

Le premier, en 2004, avec Fortis Banque qui s'engage pour une durée de 3 ans avec un apport financier annuel de 150 000 euros. La relation tissée avec Fortis est intéressante ; elle s'inscrit dans une stratégie de communication pensée de manière extrêmement intelligente : Fortis a lancé une campagne expliquant son partenariat avec *Colette*, avec *les Arts Décoratifs* et d'autres musées de la mode. La Banque exploite cette image pour se valoriser en tant qu'institution.

Le second avec Comil (entreprise multimédia) qui met à disposition du matériel audiovisuel pendant la durée de l'exposition. Ce *mécénat en nature* est un gros atout pour faire fonctionner une exposition de mode.

Enfin, les associations françaises et américaines des amis du musée, très actives, représentent depuis de nombreuses années un soutien précieux et pérenne pour l'institution.

Les financements des expositions les plus récentes :

L'Oréal, Procter & Gamble, Rolex, voici quelques noms de mécènes prestigieux, partenaires ponctuels des expositions organisées par le Musée de la Mode et du Textile

Ces dernières années, on peut citer parmi les événements ayant remporté un vif succès :

« *Jacky Kennedy* » en 2002 (121 000 visiteurs), exposition mécénée par l'Oréal qui récidive en 2005 avec *Elsa Schiapparelli* (90 000 visiteurs, 3 300 ouvrages vendus en 1 an et demi), en 2005, Procter & Gamble pour la rétrospective « *Yohji Yamamoto* », et, en 2006, Rolex pour « *L'histoire du costume masculin* ».

L'exposition « *Le cas du sac* » :

Née d'un projet de la Maison Hermès, elle retrace l'histoire du sac dans sa dimension anthropologique, historique et géographique. Pour la réaliser, la Maison Hermès a réuni un comité scientifique avec les conservateurs des Arts Décoratifs. De cette première réflexion

autour de l'histoire du sac est née l'idée de faire une exposition pour restituer ce travail de recherche et l'envie de la monter au Musée de la Mode et du Textile. Il n'est donc pas juste de parler de mécénat mais d'une alliance entre une très grande maison de haute couture et un musée autour de la volonté de développer la connaissance sur un sujet qui n'est pas spécifiquement un sujet mode mais un sujet d'anthropologie.

Le résultat : la présentation de 400 pièces de sacs de chasseurs, sacs de sorcières papous, sacs de mode... La scénographie a été réalisée par Christian Rizot, chorégraphe, plasticien. L'histoire, la symbolique, les fonctions et la dimension du sac ont été explorées en collaboration avec les équipes scientifiques des Arts Décoratifs et de la Maison Hermès. Leurs exigences ont toujours été celles de la recherche, de la découverte et jamais de la promotion et de la communication autour de la marque. Hermès ne s'est pas positionné comme un financeur mais comme un partenaire. Le livre a été coédité et ce travail, réalisé par une équipe de scientifiques, est un peu à l'image de la collection Emile Hermès (Musée Hermès) ; elle est un véritable *cabinet de curiosités*, non pas centré sur des objets Hermès, mais fruit d'un regard porté par un homme de culture sur les artisanats de toute époque et de toute culture dans la tradition des grands mécènes. Ce « *cas du sac* » reste à ce jour un cas d'école exceptionnel !

En conclusion, l'originalité de la structure « Arts Décoratifs » a permis à l'institution de fonctionner en parfaite symbiose avec les financements privés ; de ce fait, la notion de mécénat est parfaitement bien intégrée par tous les partenaires et permet d'aider au mieux un équilibre budgétaire entre projets et réalisations.

3) Le Musée Christian Dior à Granville

Le Musée Christian Dior, c'est la villa familiale des Dior. Cette maison a été construite en 1895 ; elle s'appelle villa « Les Rhumbs ». Le mot « Rhumbs » est un vieux mot français - et anglais aussi d'ailleurs - qui désigne les 32 divisions de la rose des vents. Et pourquoi ce nom ? Parce qu'elle a été construite à la fin du XIXème par un armateur de Granville, port de pêche important. Cet armateur qui s'appelait Buts a gardé cette maison très peu de temps, une dizaine d'années à peine. La famille Dior a acheté la maison en 1905. Christian Dior naît l'année suivante et y passera son enfance et une partie de son adolescence. Dans les années 1931-32 la famille Dior est ruinée par les conséquences de la crise de 1929 (Maurice Dior était un grand industriel du secteur des produits chimiques). En 1936, cette maison est rachetée par la ville. Dès 1938, le jardin (parc d'1 hectare environ dans un endroit extraordinaire, sur le haut des falaises dominant la mer), devient un jardin municipal ouvert au public. En revanche, la maison reste plus ou moins fermée, habitée de temps en temps par des militaires et des fonctionnaires au gré des vicissitudes du temps.

En 1976, Christian Dior Couture fête ses 30 ans. Premier mécénat : la société offre le buste de Christian Dior qui figure dans le jardin et organise un grand défilé de mode à Granville : le premier pas est fait.

Dix ans plus tard, l'anniversaire des 40 ans est célébré par deux expositions :

- Rue de Rivoli, au Musée de la Mode des Arts décoratifs : une très grande rétrospective *Christian Dior*.
- A Granville, une exposition plus modeste retraçant les dix dernières années de création de Marc Bohan chez Dior.

La villa « Les Rhumbs » étant toujours fermée, cette exposition Dior a eu lieu au Musée Richard Anacréon, à Granville. 1987 marquera le démarrage du mécénat de Christian Dior Couture vers les musées : grâce à l'exposition de la rue de Rivoli, un fonds d'archives Christian Dior est constitué. Reste à trouver un lieu où exposer ce fonds : Jean-Luc Dufresne, conservateur à

Granville et petit cousin de Christian Dior, décide les partenaires publics locaux et la Maison Dior à financer les travaux qui transformeront « Les Rhumbs » en Musée Christian Dior. Ces travaux dureront une dizaine d'années. Le musée ouvrira ses portes avec une exposition thématique chaque année en été. Comme Galliera, ce musée possède un fond permanent (pour le moment, il n'est pas exposé), mais c'est un des projets de la Maison Dior d'avoir un lieu de mémoire dans lequel à longueur d'année on pourrait voir une partie du fond par roulement. 2005, année du 100^{ème} anniversaire de la naissance de Christian Dior, est marquée par une exposition très importante, « *Christian Dior, l'homme du siècle* ». Cet événement a donné au musée une dimension internationale puisqu'il y a eu 54 000 visiteurs : c'est un extraordinaire résultat. La magie du lieu y fait beaucoup, le travail d'équipe également.

Le fonctionnement de l'ensemble :

Le musée et le jardin sont propriété municipale. Le musée bénéficie de l'appellation *Musée de France*. Le jardin est en cours de classement au titre des Monuments Historiques. L'association des amis de Christian Dior, créée en 1991, a pour but principal d'assurer la défense, l'illustration et la diffusion de l'œuvre de Christian Dior. Elle a d'abord aidé à la constitution du fonds et, depuis 1994, par convention avec la ville, gère et anime le Musée Christian Dior. C'est donc une délégation de pouvoirs publics. Cette convention est renouvelée automatiquement ; une autre convention assure le financement du fonctionnement et est signée avec les partenaires privés (Christian Dior Parfum, Christian Dior Couture et LVMH). Le reste du financement passe par des levées de fonds de la ville, de la région, du département et de l'Etat.

En quoi la création de ce musée s'inscrit-elle dans la stratégie mécénat de LVMH ?

C'est un cas tout à fait particulier : Christian Dior doit tout à Granville puisque toutes ces inspirations, tout vient de Granville. Le rose et le gris, l'école stylistique ne sont évidemment pas dues au hasard : la maison était rose et grise, elle l'est toujours. Les gènes, l'ADN de la Maison Dior viennent des *Rhumbs* et donc il est complètement naturel qu'elle soutienne la vie de ce musée. Il représente ses sources et ses racines, sans être tourné vers le passé - surtout pas avec John Galliano ! Garder le respect de ses racines, y puiser une force nouvelle est très important pour la sauvegarde de l'esprit « maison ».

C'est aussi un très beau vecteur de communication utilisé largement par la marque.

- **Robert Fohr, chef de la mission mécénat au Ministère de la Culture et de la Communication**

Il revient notamment sur les propos tenus par Catherine Join-Dieterle et Renata Cortinovis :

Première remarque sur le retrait des pouvoirs publics dans le financement de la culture et le mécénat qui en serait le corollaire : Il souligne simplement que, après 30 années d'investissements considérables de la part de l'Etat et des collectivités territoriales dans le renouveau des établissements, on est entré dans une phase de responsabilisation des établissements à qui on demande de développer leur politique culturelle et leur politique de publics ; cela a un coût et il faut effectivement chercher, dégager des ressources propres.

Seconde remarque à propos de l'opération « *Le cas du sac* » où il a été opposé une démarche de mécénat à une démarche partenariale : selon lui, toute démarche de mécénat est une démarche partenariale fondamentalement et toutes les belles opérations de mécénat qui sont menées dans le domaine de la culture depuis des années sont des opérations de partenariat. Il s'agit de permettre d'aller plus loin dans les politiques publiques, dans les politiques du patrimoine.

Troisième remarque à propos de l'idée de *partenariat* : Il serait impensable de prétendre que le mécénat c'est simplement de l'argent que l'on va chercher auprès des entreprises pour monter des opérations. Il s'agit de créer un lien étroit entre l'entreprise et l'institution culturelle et ça, c'est une dimension essentielle qu'il faut comprendre, une évolution qu'il faut pousser toujours plus loin et dont l'exemple du *cas du sac* est probablement un aboutissement, un exemple parfait.

En conclusion, il faut souhaiter que de nombreuses entreprises mécènes s'impliquent dans des projets culturels avec les institutions qui les portent ; il s'agit là d'un enrichissement mutuel et le partenariat en sera bien évidemment renforcé : c'est une évolution qui est absolument envisageable, bien entendu dans le respect de chacun des partis concernés...

Site internet de la Mission mécénat du ministère de la Culture et de la Communication
Février 2006

Comment « La Fuite en Egypte » de Poussin n'a pas fui la France

La Fuite en Egypte rentre à Lyon. Après bien des vicissitudes, le tableau de Nicolas Poussin (1594-1665) est présenté, à partir de vendredi 15 février, au Musée des beaux-arts de la ville. Une exposition spécifique lui est consacrée jusqu'au 30 mai. Puis la toile trouvera sa place définitive dans les collections du XVII^e siècle.

Cette fin heureuse, les futurs visiteurs la doivent à la plus vaste entreprise de mécénat engagée en France autour d'une œuvre. Sur les 17 millions d'euros payés en juillet 2007 aux propriétaires, plus de 14 millions provenaient de fonds privés. Une somme considérable sans laquelle le tableau aurait quitté la France.

Les pouvoirs publics avaient certes accompli le minimum. La petite toile (133 cm × 97 cm), peinte sept ans avant la mort de l'artiste, avait été classée en août 2004 « trésor national ». Sa sortie du territoire était donc gelée pour une période de trente mois. Encore fallait-il trouver les moyens de l'acheter. Faute de quoi l'œuvre partirait vers un musée américain ou une maison de vente britannique. Or, en février 2007, l'avocat des propriétaires, Me William Bourdon, annonçait que, « faute d'une proposition raisonnable », le départ était imminent.

Que s'était-il passé jusque-là ? Comment les institutions françaises sont-elles parvenues à réunir finalement l'ensemble des fonds ? L'opération a pris valeur de « modèle, ouvrant des perspectives pour de futures acquisitions », selon Sylvie Ramond, la directrice du musée lyonnais. Mais elle montre aussi la difficulté d'un tel exercice.

Pendant près de trente mois, le musée lyonnais a échoué à réunir seul les fonds nécessaires. Contacté en décembre 2005 par Sylvie Ramond pour piloter l'opération, Jacques Gairard, ancien président du groupe lyonnais d'électroménager SEB et grand amateur d'art, se heurte à un premier mur. La loi sur le mécénat de 2003 offre, certes, une déduction fiscale de 90 % du montant d'un don destiné à l'achat d'un « trésor national ».

Pour une entreprise, l'engagement réel est donc dix fois moins important qu'il n'y paraît. « Mais aucune entreprise lyonnaise ne pouvait réaliser l'opération seule, raconte l'industriel. J'ai essayé à Paris, sans succès. Alors j'ai décidé de fédérer des entreprises. Cela dilue la visibilité de chacun. Mais c'était la seule solution. »

Un petit groupe se met en place. Il y a là SEB, les labos Bio-Mérieux, le fonds d'investissement Siparex, le fabricant de produits surgelés Toupargel, ou encore la Lyonnaise de banque. Ensemble, ils engagent 2 millions d'euros. Les réunions se multiplient, dans les locaux de la Fondation Bullukian.

Le 8 décembre 2006, ils réunissent à la mairie de Lyon, pour déjeuner, le gotha du patronat lyonnais. Jacques Rigaud, président de l'Admical, vient vanter les mérites du mécénat, notamment ses contreparties (opérations promotionnelles au musée, entrées gratuites pour les salariés et, bien sûr, le bonus fiscal). Pierre Rosenberg, ancien patron du Louvre et grand spécialiste de Poussin, dresse l'historique du tableau, évoque son premier commanditaire - un soyeux lyonnais - et sa place éminente dans l'œuvre du peintre. Ils font mouche. La caisse d'épargne offre 1 million d'euros, le Crédit agricole suit. La Mairie annonce la même somme. Mais l'enthousiasme retombe en quelques jours. Les animateurs ont fait les comptes. Argent public et privé, ils dépassent à peine 6 millions d'euros. Il faut sauver le soldat Poussin. Invité à Lyon pour évoquer les partenariats en cours, Henri Loyrette, président du Louvre, offre ses services. « Le Louvre a trente-huit Poussin. Le musée de Lyon n'en a aucun, alors qu'il dispose d'une magnifique collection du XVII^e. Il fallait juste trouver une manière de travailler ensemble. »

La grosse machine se met en route. Avec, au carnet d'adresses du musée parisien, des multinationales comme Axa ou Total - qui donneront chacune 2 millions d'euros -, mais aussi des jeunes entreprises, comme l'opérateur de centre d'appels Webhelp, qui offre 1 million d'euros. Le magot augmente, mais, en mars, il manque encore 4 millions. A Lyon, on grappille encore quelques engagements (dont 70 000 euros d'un cabinet d'experts-comptables). A Paris, la Fondation Gaz de France accorde 3 millions d'euros. La propriétaire, qui réclamait 20 millions, accepte finalement les 17 proposés. Inscrit à l'inventaire du Louvre, le tableau est « mis en dépôt » au musée de Lyon. Dans la capitale des Gaules, la belle histoire a ouvert des appétits. Se retrouvant mardi soir pour dîner, le noyau d'origine s'est pris à rêver. Le songe aurait la forme d'un tableau d'un autre peintre français du XVII^e, Jacques Stella. « Prématuré », sourit-on au musée de Lyon.

Nathaniel Herzberg
Le Monde, 15 février 2008
 (source : *Le Monde.fr*)

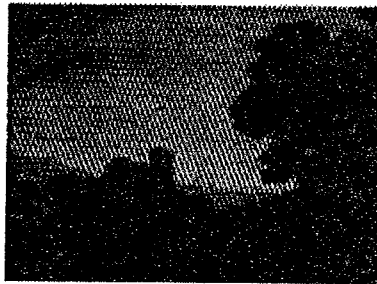
■ Culture ■ Médias Régions ■ Monde

MÉCÉNAT

Un « Lorrain » pour le musée de Nancy

CLAUDE LORRAIN

Œuvre (vers 1602-1682), *Bataille près d'une forteresse*, vers 1638. H/T, 73,7 ; 96,5 cm. Nancy, musée des Beaux-Arts



« Le tableau, *Bataille près d'une forteresse*, souligne Claire Skoullig, conservateur du musée des Beaux-Arts de Nancy, offre une belle démonstration de l'art de Claude Lorraine, avec ses modulations de lumière et son sujet un peu énigmatique. Est-ce l'aurore ou bien le crépuscule ? On l'ignore. Mais cette complexité est en elle-même intéressante... »
 Amis du musée des Beaux-Arts de Nancy
 Association Emmanuel Héré
 1 rue Gustave Simon
 54000 Nancy.
 Tél. : 03 83 85 30 74
 e-mail : amismba54@aol.com

Une souscription publique a été lancée par les Amis du musée des Beaux-Arts de Nancy – Association Emmanuel Héré pour permettre l'acquisition d'une œuvre de Claude Lorraine, dit Le Lorrain : *Bataille près d'une forteresse*, qui, par sa qualité, constituerait un enrichissement exceptionnel pour le musée des Beaux-Arts de Nancy, où il rejoindrait le *Paysage pastoral au joueur de flûte*. L'achat du tableau pourra être réalisé par la Ville de Nancy, grâce au soutien de l'Etat, dans le cadre du

Fonds du Patrimoine ; de la région Lorraine, dans le cadre du Fonds régional d'acquisition pour les musées ; et des Amis du musée qui ont lancé une souscription publique. Nous avons interrogé Paul Vert, président de l'association Emmanuel Héré. Etes-vous à l'origine de ce projet d'acquisition ?

Il y a très peu d'œuvres de Claude Lorraine en Lorraine et c'est la raison pour laquelle nous avons souhaité que soit acquis un de ses tableaux. Nous avons également pensé qu'une souscription publique lancée pour l'achat d'une œuvre de ce grand

peintre trouverait un bon écho. Né à Chamagne, Le Lorrain n'est pas un inconnu à Nancy : nous avons un superbe monument de Rodin qui le représente et un quel Claude Lorraine... L'œuvre que nous avons découverte, grâce à S. Loire, mise en vente à New York, a longtemps été la propriété de familles anglaises puis américaines. L'acheter, ce serait aussi la faire revenir en France...

Comment se passe la souscription ?

5 000 plaquettes de souscription ont été imprimées et adressées par l'association aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises (un reçu fiscal est envoyé aux souscripteurs dès réception de leur don) et une exposition-dossier autour du tableau est présentée au rez-de-chaussée du musée, où il est également possible de participer à la souscription. L'accueil est effectivement favorable et nous recevons des contributions extrêmement diverses. Certaines ne sont que de quelques euros tandis que d'autres sont beaucoup plus importantes. Au premier rang des donateurs, figurent évidemment les 1 400 membres de notre association.

Où en êtes-vous à l'heure actuelle ?

A l'occasion du 20^e anniversaire de l'association ont été données à l'Opéra national de Lorraine, le 14 janvier, deux conférences : « Les artistes lorrains à Rome au xvii^e siècle », par Sophie Harent, conservateur au musée des Beaux-Arts de Nancy, et « Claude Lorraine à Nancy, un nouveau tableau au musée des Beaux-Arts », par Stéphane Loire, conservateur en chef au département des Peintures du musée du Louvre. Nous avons évidemment profité de cet événement pour relancer la souscription, avec l'aide de la presse locale. A l'heure actuelle, nous avons dépassé la somme (80 000 €) qui avait été rassemblée lors de la souscription publique que nous avons lancée, en 1998, pour l'achat du tableau *Ferme, matin*, de Jean-Baptiste Lemoyne. Nous sommes donc à mi-chemin de la somme souhaitée. Et les chèques arrivent tous les jours...

ARTS
 Culture Communication n° 156 - février 2008

Les mécènes. Le musée du quai Branly, une certaine idée du mécénat

Le musée du quai Branly propose à des mécènes de soutenir des projets spécifiques qui ne pourraient voir le jour sans leur soutien. Il offre, à cet égard, divers contenus de mécénat liés à la naissance du musée, à la réalisation d'outils multimédia culturels et scientifiques, à la restauration d'œuvres emblématiques des collections du musée ainsi que des projets d'acquisition d'œuvres d'art, la mise en œuvre de programmes pédagogiques et de relations internationales. Depuis le 1^{er} août 2003, la loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations a donné un nouvel élan au mécénat culturel, en accordant notamment une réduction d'impôt sur les sociétés équivalente à 60 % des dons affectés aux œuvres et organismes d'intérêt général. Cette nouvelle loi est aussi le signe d'une reconnaissance nouvelle accordée aux mécènes dans la société et le monde de l'entreprise.

Pernod Ricard, 2003

Le projet soutenu

Patrick Ricard, Président Directeur-Général de Pernod Ricard, a choisi en 2003 de soutenir la réalisation des bassins des terrasses du musée. Ces bassins très spectaculaires bordent la terrasse sur tout son périmètre, tels de grands miroirs d'eau. Le projet architectural, dessiné par le célèbre architecte Jean Nouvel, renouvelle la vision des perspectives parisiennes.

Le sens de l'engagement

Projet ambitieux, le musée du quai Branly sollicite le concours d'entreprises se reconnaissant dans ses valeurs. Pernod Ricard devient le premier de ses mécènes. Ce mécénat véhicule un message cher au Groupe : le respect des cultures et des particularités locales des pays où il est implanté. Patrick Ricard et Stéphane Martin, Président du musée, signent la convention de mécénat le 6 avril 2004. Elle confirme le nouvel élan donné au mécénat culturel par la loi du 1^{er} août 2003. C'est le signe d'une reconnaissance nouvelle accordée au mécénat, à la fois dans l'entreprise et la société.

Euro RSCG, 2003

Le projet soutenu

Depuis 2003, le groupe Euro RSCG accompagne le musée du quai Branly dans sa stratégie de communication, que ce soit en communication externe ou interne. Le groupe est fier d'avoir contribué aux relations presse du musée, ainsi qu'à son rapport sur le développement durable.

Le sens de l'engagement

Tout autant que la fierté de participer à l'une des plus belles aventures culturelles de ce début de millénaire, Euro RSCG a souhaité s'impliquer aux côtés du musée du quai Branly en raison de la qualité et de la générosité de son projet.

Un groupe de communication mondial comme Euro RSCG ne pouvait pas rester insensible à la promesse de faire se parler toutes les cultures, toutes les époques et tous les continents. Le groupe y voit un écho humaniste de son propre métier ; c'est la source de son soutien au musée du quai Branly.

Le groupe Euro RSCG avec Stéphane Fouks, Executive Chairman d'Euro RSCG Worldwide ont accompagné le musée jusqu'en septembre 2005.

Sony France, 2004

Sony Europa

Foundation, 2004

Les projets soutenus

Sony France et la Sony Europa Foundation sont devenus mécènes du musée du quai Branly, en fournissant des équipements informatiques et multimédia pour la médiathèque d'étude et de recherche ainsi que des écrans « points information » pour tout le musée. Sony France participe à la volonté du musée d'offrir au plus grand nombre l'opportunité de découvrir les multiples facettes du patrimoine de l'Humanité. Au travers d'une contribution financière dédiée au Salon de lecture Jacques Kerchache, la Sony Europa Foundation complète quant à elle la démarche de mécène de l'entreprise envers le musée du quai Branly. Créée en 1995, cette fondation veille à encourager la créativité sous toutes ses formes dans les domaines de l'art, du design et de la musique.

Le sens de l'engagement

Sony France souhaite associer son nom et son image à un événement culturel majeur du millénaire. Soutenir un projet à la fois original et pointu aux niveaux architectural, scientifique et technologique, correspond aux valeurs que Sony France défend.

Le musée du quai Branly, lieu de contrastes et de confrontations entre cultures ancestrales et nouvelles technologies offre l'occasion exceptionnelle de mettre des produits à la pointe de la recherche au service des arts premiers.

La contribution de Sony Europa Foundation, complète celle effectuée sous forme de matériel par Sony France. Elle est affectée au salon de lecture Jacques Kerchache, tant la personnalité de cet éminent collectionneur a été déterminante dans la genèse du projet du musée.

Projet Australie, 2004 et 2005

Le projet

Ce projet soutenu par M. Jacques Chirac, Président de la République française et M. John Howard, Premier Ministre australien ainsi que par leurs Ambassadeurs en France et en Australie donne un signe fort et spectaculaire de la place de la création contemporaine au sein du musée du quai Branly, avec notamment une présence emblématique de l'art australien.

La création contemporaine dans le bâtiment Université est un véritable lien entre l'Australie et la France, et rend hommage à l'art aborigène contemporain australien au cœur même de Paris.

Le bâtiment Université, à l'initiative de l'architecte Jean Nouvel, accueille sur ses plafonds du rez-de-chaussée, 1^{er}, 2^e et 3^e étages, ainsi que sur sa façade, les œuvres des 8 artistes aborigènes australiens parmi les plus importants aujourd'hui. Les peintures des plafonds sont visibles pour les passants depuis la rue de l'Université.

Le financement

Pour réaliser ce projet, le musée du quai Branly a trouvé un financement exceptionnel de mécénat de plus d'un million d'euros auprès de mécènes privés et d'entreprises. Le musée du quai Branly a créé un cercle de 3 à 5 entreprises françaises présentes en Australie ou d'entreprises australiennes en France qui se sont engagées chacune à hauteur de 150 000 à 350 000 €.

Le projet artistique a été soutenu par :

- le Gouvernement australien via l'Australia Council for the Arts et l'Harold Mitchell Foundation
- le Quai d'Orsay, via le Secrétariat permanent pour le Pacifique
- deux entreprises françaises, Veolia Environnement et AM Conseil
- et un mécène privé, M. et Mme Bruno Roger

Grâce à ces généreux soutiens, le musée a obtenu un montant total proche de l'objectif de mécénat à atteindre.

Issey Miyake inc. / Saint-Gobain, 2004

Le créateur mécène

Naoki Takizawa et Issey Miyake inc.

Naoki Takizawa, Directeur artistique d'Issey Miyake inc., a conçu les deux rideaux géants qui habillent depuis l'ouverture le musée du quai Branly. En tant que designer, Naoki Takizawa n'a de cesse de faire dialoguer le savoir-faire artisanal le plus ancestral et les technologies les plus sophistiquées. « La main de l'homme sera toujours pour moi la plus haute des technologies », répète-t-il, goûtant ce paradoxe. La façon dont l'homme s'inspire de la nature, dont il l'interprète et la transforme, a toujours été au cœur de son inspiration.

Les rideaux ont été conçus pour prolonger l'expérience du temps et de l'espace, comme des flux à l'intérieur d'un paysage ou d'un corps immense. Ils résultent de l'architecture, entretenant une sorte de lien organique avec elle. Ils peuvent être envisagés à la fois comme peau, membrane, fluide, circulation, et servent à la fois de gardes et de passeurs. L'image directrice qui a prévalu pour leur conception est celle de l'eau. Flots d'une cascade pour le rideau de l'auditorium, murs d'eau ou fleuve pour le rideau des expositions temporaires.

Saint-Gobain soutient la réalisation et la fabrication du projet artistique

Pour que cette création originale voie le jour, le soutien d'une entreprise mécène était indispensable.

Le 5 juillet 2004, Jean-Louis Beffa, Président du groupe Saint-Gobain, découvre le chantier de construction du musée et décide d'accompagner sa naissance en soutenant l'un des projets de création artistique contemporaine au cœur du projet archi-

tectural de Jean Nouvel : les rideaux de Naoki Takizawa. La société Saint-Gobain valorise notamment, avec ce mécénat, 340 ans de développement industriel qui, d'un noyau initial français, s'est étendu à l'Europe puis à d'autres continents pour proposer des produits utiles au confort et à la vie quotidienne de tous.

Schneider Electric, 2005

Le projet soutenu

Invitation au voyage dans le temps et dans l'espace, la « Rivière » est située au cœur des collections permanentes du musée du quai Branly. C'est un parcours muséographique destiné à un large public et plus particulièrement aux personnes malvoyantes.

La muséographie se veut novatrice : gravure, tatouage, insertion de reliefs et de supports d'information dans le cuir. Le musée a fait appel à de nombreux spécialistes (ethnologues, chercheurs, architectes, enseignants, conservateurs ou historiens) afin de développer un projet qui soit tout à la fois scientifiquement irréprochable et compréhensible par tous.

Le sens de l'engagement

Schneider Electric a défini au sein de l'entreprise des principes de responsabilité, notamment :

- donner à chacun des chances équitables de recrutement, d'emploi et de mobilité
- se mobiliser pour la formation, l'insertion, l'accompagnement et contre l'exclusion sociale
- enrichir la société civile des actions individuelles et collectives de solidarité des collaborateurs de Schneider Electric

Par cet acte fort de mécénat au musée du quai Branly, Schneider Electric réaffirme son engagement pour l'intégration des publics handicapés dans la société.

Caisse des Dépôts, 2005

Le projet soutenu

Dans son projet architectural, Jean Nouvel a voulu donner aux réserves des collections une place privilégiée, les rendre visibles et faire découvrir aux visiteurs la face cachée d'un musée. Il a conçu une spectaculaire tour de verre de 23 mètres de haut et d'un périmètre de 51 mètres qui permet d'apercevoir en transparence une réserve muséographique dans laquelle sont installés les 9500 instruments de musique de la collection du musée du quai Branly. Véritable colonne vertébrale du bâtiment, pièce maîtresse et centrale de l'architecture, la réserve se déploie sur 6 niveaux, qui représentent une surface utile totale d'environ 620 m². Devenue l'une des plus importantes d'Europe, la collection d'instruments de musique du musée du quai Branly regroupe les collections qui se trouvaient autrefois au département d'ethnomusicologie du musée de l'Homme et au musée national des Arts d'Afrique et d'Océanie, auxquelles se sont ajoutées des pièces récemment acquises par le musée du quai Branly.

Le sens de l'engagement

La Caisse des Dépôts s'engage aux côtés du musée en soutenant la réalisation de la grande tour de verre, réserve d'instruments de musique du musée. Par ce mécénat, elle confirme son engagement pour la musique et la culture, et entre dans le Cercle des Grands Mécènes du musée.

Fondation d'entreprise Gaz de France, 2005

Le projet soutenu

Fondation d'entreprise Gaz de France a souhaité rejoindre le cercle des Grands Mécènes du musée en 2005 en apportant son soutien aux 18000 m² du jardin du musée du quai Branly conçu par l'architecte paysagiste Gilles Clément:

«Le jardin en rupture avec la tradition occidentale dominée par l'ordre et la raison symétrique, offre un espace souple, ondulant, où la distance ordinairement prise avec la nature se trouve ici remplacée par une scénographie d'immersion.»

Le sens de l'engagement

Fondation d'entreprise Gaz de France, préoccupé par la fragilité de notre environnement, a décidé de faire de la protection de la nature un des axes essentiels de

ses actions de mécénat. Sa Fondation contribue à la réhabilitation de Grands Sites naturels, à la sauvegarde de chemins remarquables, à la création et à la valorisation de jardins extraordinaires. Ces engagements rejoignent les messages véhiculés par Gilles Clément au travers de ce jardin exceptionnel, véritable lieu de dialogue entre le musée et son environnement végétal, espace d'ouverture, d'accueil de voyages, de rencontres et de culture.

IXIS Corporate & Investment Bank, Groupe Caisse d'Épargne, 2005

Le projet soutenu

Pour la première fois et grâce à la création d'un portail documentaire offrant une grande base de données de 300000 œuvres, un musée donne accès à l'intégralité de ses collections sur Internet. Ce défi technologique permet d'étendre l'accès à la culture et au patrimoine bien au-delà des frontières de la France.

Par ailleurs, le mécène attache son nom à la mezzanine multimedia sur laquelle sont présentés trois programmes qui traitent de la musique du monde et de la diversité de l'esthétique musicale, de l'anthropologie et de son évolution au cours de son histoire et enfin des langues dans le monde pour sensibiliser le public aux différences et similitudes qui les caractérisent, tant au niveau de leurs composantes que de leurs usages. Ces trois programmes sont produits par les services de l'enseignement et la recherche du musée, ainsi que du CNRS.

Le sens de l'engagement

A l'instar de sa recherche constante d'innovation, IXIS Corporate & Investment Bank, la banque d'investissement du Groupe Caisse d'Épargne a choisi de soutenir le défi technologique représenté par la création du portail documentaire du musée. La société attache également son nom à la mezzanine multimedia située au cœur des collections du musée, espace de diffusion dédié aux connaissances scientifiques et à l'action pédagogique.

Avec ces deux projets majeurs, porteurs d'innovation et de modernisme mais aussi de partage de savoirs avec le monde entier, IXIS Corporate & Investment Bank devient Grand Mécène du musée en 2005.

Fondation EDF, 2006

Le projet soutenu

La mise en lumière du musée est réalisée par l'artiste et plasticien lumière Yann Kersalé. L'éclairage du musée comporte la mise en lumière des parties suivantes: la palissade de verre, le bâtiment central, les bassins de la rue de l'Université, les bassins de la terrasse du musée, le mur végétal, le théâtre de verdure, l'ensemble des cheminements dans le jardin vers le musée, la voie de pompiers et l'accès au restaurant du musée. Pour l'essentiel de ces espaces, le matériel d'éclairage est intégré à l'architecture.

Le sens de l'engagement

A travers sa Fondation, créée en 1987, EDF intervient pour développer des actions de mécénat dans le domaine culturel, et en particulier la mise en valeur du patrimoine. EDF a souhaité apporter son soutien au musée du quai Branly et associer son nom à la mise en lumière du musée. EDF et sa Fondation font désormais partie du Cercle des Grands Mécènes du musée et accompagnent la naissance de l'institution.

JCDecaux, 2006

Pionnier de la communication extérieure, JCDecaux a bâti son développement sur l'innovation. Pour le Groupe, offrir aux citoyens de nouveaux services et des produits conçus par les plus grands designers ne peut se faire sans prendre en compte la culture des 26 pays où il est implanté. Mécène et partenaire du musée pendant toute la période d'inauguration, JCDecaux est heureux d'accompagner le musée du quai Branly, symbole de créativité architecturale et muséale, dont chaque chef d'œuvre constitue une véritable ouverture sur le monde.

Atos Consulting, 2006

Le projet soutenu

Atos Consulting devient mécène du musée du quai Branly et s'associe au projet d'art contemporain situé sur la rampe d'accès principale du musée. Œuvre de l'artiste vietnamienne Trinh T. Minh-Ha, ce parcours animé de vidéos tisse un lien original entre le passé et le présent et relie de façon inattendue les différents héritages culturels des arts premiers exposés. Centre névralgique du musée, cette rampe est voulue par Trinh

T. Minh-Ha comme un « rite de passage » : le visiteur pénètre dans l'univers des expositions grâce à un cheminement initiatique mêlant cultures d'Asie et d'Afrique dans une démarche contemporaine.

Le sens de l'engagement

Lieu de passage au cœur du musée, cette création relie symboliquement les différents héritages culturels des Arts Premiers avec l'art contemporain. C'est cette association audacieuse qui a séduit Atos Consulting, porté depuis toujours par la volonté d'innover. Société de conseil en management présente dans de nombreux pays, Atos Consulting voit également dans le projet artistique de Trinh T. Minh-Ha le prolongement logique de sa vision multi-culturelle et internationale, au travers d'une œuvre qui met en regard différentes cultures d'Asie et d'Afrique au sein du plus ambitieux des projets muséographiques de ces dernières années.

Malmenayde, 2006

Le « papier » est depuis des siècles le vecteur exceptionnel de la transmission, de la connaissance, des idées et de l'expression artistique.

Quoi de plus naturel pour un distributeur de papier plusieurs fois centenaire que de participer à la formidable aventure du musée du quai Branly ?

Quoi de plus symbolique à l'aube de ce siècle de technologie que d'associer la tradition et l'histoire ?

La société Malmenayde affirme par son engagement sa volonté de participer à la vie culturelle et artistique de notre pays.

Fondation EDF et son Laboratoire R&D Valectra, 2006

Le laboratoire EDF R&D Valectra a été mis généreusement à la disposition du musée du quai Branly, de ses scientifiques et de ses restaurateurs d'octobre à décembre 2006 par la Fondation EDF pour permettre l'analyse et la restauration des peaux des Indiens d'Amérique du Nord des Collections du musée, présentées en 2007 lors de l'exposition « Premières Nations, Collections royales ».

MÉTROPOLE Gestion, 2006 et 2007

Le projet soutenu

Un masque Inuit, extraordinaire par son ancienneté, sa valeur ethnologique et sa symbolique, provenant de la collection Robert Lebel est entré dans les collections du musée du quai Branly avec le concours de l'entreprise MÉTROPOLE Gestion.

Ce masque Yup'ik dit de « L'Homme-de-la-Lune », fait partie d'un ensemble remarquable d'objets nord-amérindiens collectionnés par les surréalistes, André Breton, Georges Duthuit, Max Ernst et leur ami Claude Lévi-Strauss lors de leur exil américain.

MÉTROPOLE Gestion apporte son soutien en 2006 à l'acquisition du masque et poursuit son engagement en 2007 en contribuant à l'installation muséographique de celui-ci au cœur des espaces des collections permanentes dans la partie Amériques.

Le sens de l'engagement

Les valeurs ancestrales des différentes civilisations constituent sans nul doute le socle de toute aventure humaine. L'histoire même de ce masque montre combien notre culture a su s'en nourrir. C'est pour permettre une meilleure connaissance de ces arts et cultures que MÉTROPOLE Gestion, société de gestion de portefeuille indépendante, a voulu participer à l'acquisition de ce masque Yup'ik dit de « L'Homme-de-la-Lune ». Par là, MÉTROPOLE Gestion veut confirmer son engagement dans la diffusion du savoir et des cultures.

Nestlé, 2007

Nestlé apporte son concours en 2007 à l'un des projets du département de l'Enseignement et de la Recherche.

AM Conseil, 2007

Déjà mécène en 2005 en rejoignant le Cercle des Amis du projet Australie, AM Conseil apporte son concours au financement du colloque international « Histoire de l'art et Anthropologie », conçu par le musée du quai Branly, le Comité français d'histoire de l'art et l'Institut national d'histoire de l'art, qui a lieu à Paris du 21 au 23 juin 2007. Cette rencontre exceptionnelle, à laquelle participent environ deux cents chercheurs français et étrangers, s'inscrit dans une volonté de faire dialoguer les disciplines et d'interroger les liens entre anthropologie et histoire de l'art.

Fondation d'entreprise Française des Jeux, 2007 SNCF, 2007

La Fondation d'Entreprise Française des Jeux et la SNCF rejoignent le Cercle des mécènes et partenaires engagés dans le grand projet « La mêlée des Cultures » autour du Rugby qui se déroule au moment de la Coupe du Monde en septembre et octobre 2007 au cœur du musée du quai Branly.

Grands Mécènes

