

N° 35 JUILLET 2009

# L'Observatoire

## LA REVUE DES POLITIQUES CULTURELLES

*p.1* Jean-Pierre Saez **L'Heure de vérité** / *p.3* Catherine Tasca, Jacques Rigaud, Jacques Toubon **Ministère de la Culture : 50 ans ! Et après ?** / *p.18* Guillaume Boudy **Ministère de la Culture : le temps des réformes** / *p.20* Jacques Sauvageot, Cécile Marie, Robi Rhebergen, Éliane Baracetti **La réforme des écoles supérieures d'art : vers un nouveau partenariat pour les collectivités territoriales ?** / *p.28* Luca Dal Pozzolo, Lurdes Aranguren **Piémont et Pays-Basque : regards sur deux observatoires en Europe** / *p.31* Jean-Pierre Saez **Introduction** / *p.34* Jean-François Auby **De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle** / *p.39* Éric Baron, David Taron **Les Fonds de dotation, une opportunité au service de la philanthropie ?** / *p.42* Jean-Michel Lucas **Pour la reconnaissance de l'économie créative solidaire** / *p.49* Philippe Berthelot **Économie sociale et solidaire : un terrain d'innovation pour les musiques actuelles** / *p.52* Olivier Moeschler **Le**

dossier coordonné par Lisa Pignot et Jean-Pierre Saez

## LES RAPPORTS PUBLIC/PRIVÉ DANS LA CULTURE

OBSERVATOIRE  
DES  
POLITIQUES  
CULTURELLES  
DU LOCAL À L'INTERNATIONAL

# DES RAPPORTS PUBLIC/PRIVÉ DANS LA CULTURE

Dossier coordonné par **Lisa Pignot** et **Jean-Pierre Saez**

**Avec les années 80, une relation nouvelle s'impose dans le débat public, celle qui associe économie et culture. Tandis que la crise économique bat son plein, la France fait le choix d'apporter un soutien accru au champ culturel. Une situation paradoxale se crée alors : d'un côté, le vent de l'idéologie libérale qui souffle sur la planète tend à imposer sa référence, de l'autre, les politiques publiques de l'État, déjà relayées par les collectivités territoriales, élargissent l'espace culturel soutenu par l'argent public.**

Mais l'approfondissement des difficultés laissent peu de répit à un secteur culturel qui connaît quant à lui une crise de croissance dans une insouciance euphorique. C'est alors que « la crise économique conduit partout à s'interroger sur l'économie des projets culturels. Va-t-elle amener les pouvoirs publics à réviser leurs modes d'intervention en matière de financement ou de réglementation ? Comment les responsabilités dans le financement des activités culturelles vont-elles se répartir entre le pouvoir central et les instances locales et régionales, entre le secteur public et privé, Quelle place peut prendre le mécénat, le sponsoring ? » C'est ainsi qu'Augustin Girard s'interroge dans son introduction aux ouvrages issus d'une conférence internationale tenue à Avignon en 1986 sur le sujet<sup>1</sup>. Impossible de ne pas relever l'étrange résonance de ces mots à la lumière d'aujourd'hui ! Lorsqu'on relit ces actes à distance, on s'aperçoit du double enjeu de ces rencontres : d'une part, il s'agit de souligner la dimension et la valeur économique de la culture, d'autre part il est capital de ne pas laisser penser qu'elle s'y réduit. Il faut dire qu'à l'époque, la connaissance économique du champ culturel est encore faible. Xavier Dupuis et François Rouet, qui coordonnent ces travaux, n'hésitent pas à pointer la « quasi-absence de la culture dans la pensée économique ». Une partie du monde de la culture se sent heurté de plein fouet par ce débat. On se plaint que l'argent veuille imposer son règne dans un univers où... il a pourtant sa place.

*p.31 :*  
**Jean-Pierre Saez**  
Introduction

*p.34 :*  
**Jean-François Auby**  
De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle

*p.39 :*  
**Éric Baron, David Taron**  
Les Fonds de dotation, une opportunité au service de la philanthropie ?

*p.42 :*  
**Jean-Michel Lucas**  
Pour la reconnaissance de l'économie créative solidaire

*p.49 :*  
**Philippe Berthelot**  
Économie sociale et solidaire : un terrain d'innovation pour les musiques actuelles

*p.52 :*  
**Olivier Moeschler**  
Le « Pour-cent culturel Migros » en Suisse ou « quand une entreprise privée joue les pouvoirs publics »

*p.56 :*  
**Carla Bodo**  
L'économie de la culture en Italie entre public et privé

*p.59 :*  
**François Colbert**  
Financement privé et intérêt public au Canada

*p.62 :*  
**Pascal Brunet, Laurence Barone**  
Partenariat public/privé : un changement de perspective

*p.64 :*  
**Danièle Demoustier**  
SmART : un intermédiaire au service de la consolidation ou de la normalisation des pratiques culturelles ?

*p.68 :*  
**Jacques Rigaud**  
Le mécénat d'entreprise

*p.71 :*  
**Fabienne Huré**  
Le mécénat à l'épreuve des peurs, des croyances et des représentations

*p.74 :*  
**François-Xavier Tramond**  
Les fantassins du mécénat culturel

*p.77 :*  
**Jean-Michel Tobelem**  
Vers un système muséal à deux vitesses ?

*p.80 :*  
**Bertrand Legendre**  
Politiques culturelles et salons du livre

À vrai dire, la question n'est pas seulement de souligner les contraintes des budgets publics, mais aussi de faire prendre conscience qu'un projet culturel d'envergure répond à des exigences de management notamment du point de vue de la rationalisation des dépenses, mais aussi de communication, voire de marketing pour rencontrer un public plus vaste. La dynamique de la professionnalisation du secteur exige parallèlement la mise en place de nouvelles formations pour permettre le recrutement de nouvelles compétences. Le modèle qui se met en place repose sur le tryptique suivant : un service public de la culture renforcé, des industries culturelles appelées à occuper une place plus importante et traversées par les premiers assauts de la mondialisation, une économie privée non marchande, c'est-à-dire n'ayant pas vocation au profit et dont l'association de loi 1901 constitue le modèle de base.

L'époque qui suit est aussi marquée au niveau international par une série d'étapes de négociation à travers le GATS, l'OMC, l'OCDE où la question est de savoir si la culture doit être traitée de manière exceptionnelle ou comme toute autre marchandise... Dans les années 90, c'est toute l'Europe qui est gagnée par l'esprit libéral. À l'est du continent, on se débarrasse du joug oppressant de l'État en faisant la part belle à la privatisation des activités culturelles. L'action des institutions européennes est aussi largement marquée par l'idée néolibérale.

Cependant, les temps ont changé. Le paysage s'est complexifié. Les mentalités ont évolué. Le pragmatisme a fait son chemin. Les termes du débat sur la culture – considérons par exemple comment nous sommes passés de la thématique de l'exception à celle la diversité culturelle – se sont renouvelés. La question n'est plus seulement de reconnaître la valeur économique de la culture. De cela, tous les acteurs du champ en sont désormais convaincus et ne manquent pas d'utiliser l'argument. Le débat n'est même plus de savoir s'il faut associer ou non moyens publics et moyens privés dans un projet culturel. Cela montre bien le chemin réalisé. Il est

plutôt de savoir comment le faire lorsqu'on souhaite préserver l'intérêt général dans les activités culturelles, du spectacle vivant à l'audiovisuel, du champ patrimonial à Internet. En Europe, la variété des situations de gestion des affaires culturelles au niveau des différents États membres aboutit, au niveau communautaire, à l'instauration de cadres d'action et de pensée différents de ceux qui servent de points d'appui au niveau national. Assurer une présence dans leurs instances d'élaboration, aux côtés des autres acteurs culturels européens, est donc un enjeu stratégique de première importance.

### DES TERRAINS DE COOPÉRATION MULTIPLES ET DES ESPACES DE CONFLIT

Lorsqu'on considère aujourd'hui les relations public/privé dans la culture, elles répondent à différents registres relationnels fondés sur la régulation, la dérégulation, la coopération, la contradiction, la complémentarité, l'évitement, l'hybridation. Le plus souvent, plusieurs de ces registres se combinent ensemble.

On pourrait donner bien des exemples d'accompagnement du secteur culturel privé par la législation : la loi Lang sur le prix unique du livre est à cet égard exemplaire. Elle a incontestablement contribué à la préservation d'une librairie et d'une édition indépendantes. Toutefois, même cette loi, considérée pourtant comme une sorte de bien commun, fut menacée par une initiative parlementaire, en mai 2008, c'est-à-dire hier à peine. Pour qu'elle soit préservée, il fallut une mobilisation des professionnels du secteur, du ministère de la culture et d'une large majorité de députés réunis.

Dans le domaine cinématographique, l'existence du « compte de soutien » et de l'« avance sur recettes », dispositifs de soutien à la création, à la diffusion, à la production et à l'exploitation a permis de maintenir et développer l'économie du secteur et de préserver une diversité

de contenus sans comparaison avec d'autres pays européens qui n'ont pas su s'organiser.

Néanmoins, le cinéma, qui présente une économie où le privé et le public se côtoient et s'agrègent en même temps, deviendrait-il un espace d'affrontement en région autour de la question du soutien public à la création ou à la rénovation de salles publiques ou indépendantes contesté par des distributeurs ou exploitants privés<sup>2</sup> ? Ces passes d'armes appellent-elles simplement plus de dialogue entre les acteurs concernés ou révèlent-elles une remise en cause d'un consensus historique ? Jusqu'ici, la réponse balance plutôt en faveur de la première hypothèse...

Le téléchargement représente un conflit très particulier d'intérêts : dans ce cas, ce ne sont pas des stratégies économiques qui s'affrontent mais des pratiques sociales au droit des auteurs et à des intérêts industriels. La rémunération des artistes demeurera à coup sûr une préoccupation majeure dans les années à venir, cependant que la loi « Création et Internet », arrive bien tardivement et, aussi chargée de bonnes intentions soit-elle, prend une majorité de jeunes à rebours et prend le risque d'un grand malentendu.

### LA CULTURE, TERRAIN PRIVILÉGIÉ D'UNE ÉCONOMIE COLLABORATIVE ?

Nombre de projets culturels se développent selon des logiques coopératives. C'est à leur capacité de relier divers acteurs que l'on peut aussi mesurer l'esprit d'innovation qui anime un projet : dans le domaine du livre, des fêtes du livre, soutenues par les politiques territoriales, peuvent ainsi associer des collectivités publiques, des bibliothèques, des éditeurs, des libraires, des diffuseurs, des auteurs, des lecteurs, des lieux d'exposition, des écoles, etc.

Les musiques actuelles incarnent quant à elles un terrain largement emblématique d'une économie mixte, collaborative, animée par l'esprit d'intérêt général : salles

publiques ou indépendantes, producteurs, diffuseurs, musiciens, formateurs, écoles de musique, pouvoirs publics peuvent avoir partie liée dans ce domaine. Ici, se joue l'enjeu de la diversification de l'offre musicale, de la promotion de pédagogies innovantes, de l'accompagnement des pratiques amateurs. Autant d'éléments qui concourent à l'élargissement des services aux publics. Néanmoins, dans les années passées, un certain nombre de collectivités ont pu éprouver des difficultés à se situer par rapport à un monde éclectique, porté par un esprit indépendant, travaillant sans complexe entre économie publique et privée, promouvant des logiques de solidarité par leur fonctionnement en réseau, inventant une forme d'économie créative en somme, quoique le débat autour de cette notion demeure ouvert tant elle charrie des représentations paradoxales aussi dynamiques que floues.

Dans la mise en regard du monde dit « de l'entreprise » et du secteur culturel, le mécénat représente un témoin privilégié. S'il est vrai que sa part a sensiblement augmenté après l'entrée en vigueur de la loi de 2003, son apport, tout en étant devenu conséquent (environ 850 millions d'euros) reste limité et le restera car il ne saurait remplacer l'effort public, comme

le rappelle le plus éminent de ses chantres, Jacques Rigaud<sup>3</sup>. Il constitue ainsi une source non négligeable mais non la base d'un nouveau modèle économique de la culture. Et sa contribution à des projets d'envergure territoriale demeure encore modeste. Dans ce domaine, il y a encore beaucoup à imaginer ou stimuler, à l'instar d'un mécénat citoyen résultant du regroupement des efforts d'individus ou de structures désireux de s'associer autour d'un même projet. Les fonds de dotation, créés par la loi d'août 2008 relèvent de cette philosophie. Leur évolution dans les mois et les années à venir sera forcément intéressante à observer.

Combiner les avantages des systèmes public et privé dans la culture relève du pragmatisme. Considérer l'évolution de leur place dans ce champ appelle une attention et une vigilance permanente. L'histoire contemporaine du secteur culturel montre qu'une politique régulée, c'est-à-dire soucieuse d'équilibre, préserve sa diversité, contribue à l'emploi, favorise l'intérêt général.

**Jean-Pierre Saez**

*Directeur de l'Observatoire des politiques culturelles*

## ***Des rapports public/privé dans la culture***

### ***NOTES***

1- *Économie et culture*, 4 volumes, ouvrages coordonnés par : X. Dupuis, F. Monet (vol. 1, 1987), A. Girard (vol. 2, 1988), F. Monet (vol. 3, 1989), X. Dupuis (vol. 4, 1990), La Documentation Française.

2- cf. le Hors-Série n°2 de *L'Observatoire*, juillet 2009, publication issue du colloque organisé par Centre Images à Vendôme, le 11 décembre 2008.

3- cf. l'article de J. Rigaud dans cette même livraison p. 68.

# DE L'UTILISATION DES PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ EN MATIÈRE CULTURELLE

Jean-François Auby

Depuis quelques années, un nouveau terme est apparu dans la littérature de la gestion publique, celui de *partenariat public-privé*. Dans un contexte d'assèchement des ressources publiques, il est apparu comme un des moyens de dynamiser l'investissement public. La récente crise économique en a encore renforcé la nécessité. Que cache cette expression dont on sent bien l'essence anglo-saxonne, mais dont le contenu est pour le moins variable et imprécis ? Quel usage peut-on en faire en matière culturelle dans un pays qui privilégie une approche publique de l'action culturelle et l'utilisation des instruments les plus traditionnels de la gestion publique ?

## LE PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ : UNE NOTION AU CONTENU VARIABLE

Osons tout d'abord une évidence. Dans un pays où coexistent un secteur public et un secteur privé et où, dans le cadre d'une organisation libérale, l'action publique se définit par exception du principe de liberté du commerce et de l'industrie, la relation entre le public et le privé est une nécessité et une évidence. Ceci est vrai du secteur culturel comme des autres secteurs de l'action publique. L'action publique ne peut exister et fonctionner sans la contribution, selon des modalités diverses, du secteur privé. Vu sous cet angle, le marché public traditionnel, qu'il soit de travaux, de fournitures ou de services, constitue une forme de partenariat public-privé. Cependant, dans une acception plus restrictive ou, si l'on préfère, plus précise, on tend à considérer le partenariat public-privé comme une association étroite entre des structures publiques et des structures privées pour fournir des services à la population en organisant une relation partenariale, donc inscrite dans la durée, entre secteur public et secteur privé.

L'idée est de considérer que le service public sera d'autant mieux assuré que l'on saura combiner les avantages du secteur public et du secteur privé, considérés comme complémentaires pour l'exercice d'une mission de service public ou d'intérêt public. Dans cette perspective, le secteur privé n'est plus un simple fournisseur, mais participe, d'une certaine manière, à l'action publique. Notons ici que cette approche n'a rien de nouveau. Le partenariat public-privé regardé sous l'angle de cette définition ayant été de tout temps utilisé, notamment si l'on considère les formes de gestion adoptées durant l'Ancien Régime (ainsi pour les canaux ou, tout simplement, la perception de l'impôt). Mais la multiplication des cadres juridiques, d'essence communautaire ou nationale, conduit à tenter de préciser et d'organiser les différents dispositifs utilisables. D'où un certain nombre de catégorisations qui s'avèrent nécessaires.

La littérature, et notamment la littérature communautaire, distingue entre les partenariats public-privé institutionnels et les partenariats public-privé contractuels. On voit bien ce dont il s'agit :

- Le partenariat public-privé institutionnel est le partenariat qui s'organise dans une structure pérenne.

- Le partenariat public-privé contractuel s'organise par la voie d'un contrat, par définition limité aux termes et échéances dudit contrat.

Dans notre droit local, le partenariat public-privé institutionnel typique est la société d'économie mixte locale. La Commission européenne, dans son souci de développer les procédures de mise en compétition, a d'ailleurs tenté d'instituer un cadre de compétition pour le partenariat public-privé, ce qui a suscité de fortes craintes dans le milieu des dites sociétés d'économie mixte locales. Cependant, dans la littérature classique, on considère que les partenariats public-privé sont essentiellement des organisations de caractère contractuel.

## LES DIFFÉRENTS TYPES DE PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ

Le partenariat public-privé contractuel n'est nullement nouveau dans notre paysage juridique. **Ce que l'on appelle la délégation de service public**, héritière de la *concession*, est très clairement un partenariat public-privé. Il s'organise

dans un cadre juridique précis, celui des articles 1411-1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales, et répond à une définition exigeante en ce sens que, si les conditions ne sont pas réunies, il ne peut s'agir d'une délégation de service public définie par ledit article. Il s'agit d'un mode traditionnel de l'action publique centré sur cette notion également très française qui est celle du service public. Mais, à côté de la délégation de service public, on a vu apparaître des modes contractuels d'un type nouveau qui suscitent aujourd'hui l'intérêt.

**Le plus symbolique est le contrat de partenariat**, de l'ordonnance du 17 juin 2004, qui est la transposition en droit français de ce que les anglo-saxons appellent le « PFI » (Private Finance Initiative). Il s'agit d'un contrat par lequel une collectivité publique confie à un groupement le soin de financer, de construire et d'assurer un certain nombre de tâches d'exploitation ou de maintenance en vue de la réalisation d'un ouvrage public, le terme ouvrage devant être considéré dans son acception la plus large, moyennant le paiement d'un loyer sur une certaine durée, loyer représentatif des charges de construction, de financement et d'exploitation. Le contrat de partenariat est en fait un marché global à paiement différé. Il déroge du marché public sur deux points essentiels :

- il est global, ce qui le distingue des marchés ordinaires qui sont conclus en divers lots en raison de leur nature. Il regroupe contrats de construction, de financement et de maintenance.
- il autorise le paiement différé alors que le Code des Marchés Publics interdit par principe le paiement différé.

Il est en outre assorti de diverses modalités visant à orienter les financements privés vers la conclusion de tels contrats pour venir justement en substitution des ressources publiques. On verra, dans la seconde partie, que le contrat de partenariat est assorti d'un certain nombre de conditions restrictives qui en limitent l'usage mais, aujourd'hui, lorsque l'on

parle de partenariats public-privé, c'est souvent à cette formule que l'on pense. Elle n'est cependant pas la seule.

**Très proches du contrat de partenariat, se situent les baux emphytéotiques administratifs.** Ces baux emphytéotiques sont des formules de différents types (baux emphytéotiques administratifs de droit commun, baux emphytéotiques hospitaliers) avec des différences selon qu'ils sont conclus par l'État ou par les collectivités territoriales, mais qui présentent en commun la caractéristique d'autoriser le gestionnaire d'une dépendance du domaine public à consentir des droits sur ladite dépendance pour satisfaire à un intérêt public. Ainsi d'un bail emphytéotique administratif qui sera consenti sur un ouvrage public à charge pour le preneur du bail de réaliser des travaux et de le redonner en location, en tout ou partie, à une collectivité publique. Les baux emphytéotiques administratifs se rapprochent souvent des contrats de partenariat, à l'exception notable de l'exploitation et de la maintenance qui ne sont pas prévus dans les baux, mais relèvent d'une législation différente et, en fait, plus souple.

Contrats de partenariat et baux emphytéotiques administratifs n'épuisent pas la liste des formes contractuelles qui peuvent être utilisées pour organiser des partenariats public-privé contractuels.

On peut également y trouver :

- des autorisations d'occupation temporaire du domaine public,
- des baux de droit commun, c'est-à-dire sur le domaine privé,
- des ventes en l'état futur d'achèvement,
- des formules contractuelles plus complexes laissées à l'initiative et l'imagination des partenaires tant publics que privés.

Ce qu'il importe de noter, dans l'évolution des modes de gestion, est que ces formules de partenariat public-privé connaissent un vif développement en raison de différents facteurs : leur création par des textes législatifs, la décou-

verte par les collectivités territoriales de l'intérêt qu'il y a à valoriser leur domaine, les difficultés à collecter des financements publics. Elle s'accompagne d'une complexification croissante des cadres contractuels, complexification logique dès lors que l'on organise la relation entre des structures publiques et privées qui répondent à des configurations différentes. Cette complexification est source de richesses mais également de risques. C'est au regard de ces quelques considérations qu'il convient de s'interroger sur l'utilisation de ces formules en matière culturelle.

## LE PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ DANS LE MONDE CULTUREL

À titre liminaire, il convient de rappeler que, si le monde culturel n'est pas nécessairement très ouvert à ce que nous appelons les formules de partenariats public-privé, il se situe dans un univers dans lequel la gestion privée est largement répandue.

Il n'existe pas en effet, en matière culturelle, de monopole public, si l'on veut bien mettre à part la question des archives, puisque rien n'interdit la gestion culturelle privée. Elle est même extrêmement répandue en matière de spectacle vivant, d'enseignement culturel, et de gestion du patrimoine historique.

L'action culturelle publique présente un certain nombre de caractéristiques qui ne facilitent pas nécessairement les formes de partenariat public-privé. Au premier rang de ces caractéristiques figure le fait que la gestion des équipements culturels et des activités culturelles est, dans la quasi-totalité des cas, déficitaire en ce sens que les produits de l'exploitation ne permettent pas de couvrir les charges de fonctionnement et d'investissement, ce qui nécessite des contributions publiques. Cette caractéristique n'est pas strictement spécifique aux activités culturelles mais présente, chez elles, un caractère assez

# “L’idée est de considérer que le service public sera d’autant mieux assuré que l’on saura combiner les avantages du secteur public et du secteur privé, considérés comme complémentaires pour l’exercice d’une mission de service public ou d’intérêt public.”

général qui limite les possibilités d’utilisation de certaines formules contractuelles. En matière de délégation de service public, cette caractéristique interdit de fait les procédures de concession, sauf à trouver des montages particulièrement sophistiqués, et limite le recours à des formules de type affermage. C’est ce qui explique que l’usage de la procédure de délégation de service public en matière culturelle soit finalement assez restreinte. Si l’on considère par contre les formules de partenariat public-privé, et en particulier les contrats de partenariats et les baux emphytéotiques administratifs, on peut constater que cette exigence d’une activité qui soit économiquement équilibrée ne crée pas de difficulté. En effet, les contrats de partenariat et les baux emphytéotiques administratifs sont d’abord et avant tout des modes de construction des équipements en utilisant des financements privés sans qu’il soit nécessaire que la gestion desdits équipements soit elle-même équilibrée. C’est en ce sens que le recours à ces formules peut apparaître comme parfaitement utilisable pour des équipements ou des structures culturelles.

Il reste à bien mesurer les conditions dans lesquelles il peut être recouru à ces

dispositifs pour la construction ou l’édition de tels équipements. Pour cela, il convient de rappeler les règles posées en matière de contrats de partenariat. Ces règles reposent sur des conditions strictes posées quant à la possibilité d’y recourir et sur le respect d’exigences procédurales. De manière assez paradoxale, c’est la formule la mieux encadrée, celle du contrat de partenariat, qui repose sur les exigences les plus fortes.

En effet, l’ordonnance du 17 juin 2004 a soumis le recours aux contrats de partenariat à la double exigence soit de l’urgence, soit de la complexité. Ceci est le résultat de la position adoptée par le Conseil Constitutionnel qui a vu, dans le contrat de partenariat, une formule dérogatoire qui ne pouvait, à ce titre, que prendre appui sur des conditions particulières. Cette exigence et les risques qu’elle fait peser sur la légalité de la décision du recours au contrat de partenariat a expliqué la prudence que les collectivités ont jusqu’à présent manifesté dans le recours aux contrats de partenariat – et ce, en tout domaine, et pas seulement dans celui des équipements culturels – ainsi que le faible nombre de contrats de partenariat conclus.

Mais il faut spécifier que le caractère restrictif de ce recours est désormais beaucoup plus souple. En effet, la loi du 28 août 2008, relative aux contrats de partenariat, a ajouté un nouveau cas de recours qui est celui dans lequel il apparaît que le contrat de partenariat s’avère économiquement plus intéressant que les formules alternatives, essentiellement la construction d’un ouvrage sous maîtrise d’ouvrage publique (ce que les anglo-saxons appellent *Value for Money*).

Cette nouvelle disposition est évidemment de nature à élargir fortement l’usage du contrat de partenariat dès lors que l’évaluation réalisée montrerait le caractère supérieur de cette formule, la collectivité, en fonction de ses critères propres, pouvant les pondérer de manière telle que la démonstration de l’avantage du recours au contrat de partenariat puisse se faire aisément.

Cette facilité du recours au contrat de partenariat est renforcée par une jurisprudence administrative assez tolérante. Le juge admet en effet que la complexité puisse résulter du montage

administratif lui-même et donc que le seul fait de définir un montage qui soit complexe peut, par lui-même, justifier le recours au contrat de partenariat. Par ailleurs, une jurisprudence récente sur l'urgence semble montrer que le juge administratif admet assez aisément la notion d'urgence.

Enfin, de nouvelles dispositions sont intervenues pour faciliter le maniement de cette procédure, notamment pour ce qui concerne les petits contrats de partenariat (procédure simplifiée pour les contrats de travaux d'un montant inférieur à 5,15 M€ HT). On a donc désormais un dispositif qui est moins risqué et plus souple, dans un certain nombre de cas, que ce qui avait été proposé avant les dernières évolutions.

Sur cette base, que peut-on dire de l'usage des contrats de partenariat en matière culturelle ?

**Le contrat de partenariat** semble adapté aux projets culturels dès lors que l'importance de ceux-ci justifie qu'il y soit fait recours. En effet, il s'agit d'une procédure relativement lourde, même en dépit de l'existence de la procédure allégée. Le recours au contrat de partenariat doit être précédé d'une évaluation dont l'objet est, en particulier, de vérifier que les conditions du recours au contrat de partenariat sont remplies. Cette évaluation est normalement confiée à des prestataires privés, ce qui génère des coûts qui peuvent être significatifs. Certes, il existe une mission d'appui aux partenariats public-privé, qui dépend du ministère de l'Économie et des Finances. Cette mission est obligatoirement consultée sur les partenariats public-privé (PPP) de l'État et de ses établissements publics et, facultativement, pour ceux des collectivités locales. Mais son intervention ne se substitue pas à celle des prestataires privés. En fait la procédure préalable est assez longue du fait, en particulier, de cette évaluation, même si l'objectif des PPP est d'accélérer la commande publique, les procédures de mise en œuvre étant plus courtes.

La mise en compétition elle-même, qui emprunte la forme d'un dialogue compétitif pour les contrats fondés sur la complexité, et la forme de l'appel d'offres classique pour les contrats fondés sur l'urgence, est également assez exigeante, notamment s'il faut faire usage du dialogue compétitif, procédure intéressante mais d'un maniement délicat.

Le contrat de partenariat peut être utilisé pour la réalisation d'un ouvrage, d'un équipement culturel (salle de spectacles, musée, bibliothèque...), mais peut également servir à la constitution d'un fonds ou d'une collection. Il y a là une piste qui est peu connue mais qui peut certainement être utilisable.

Mais le recours au contrat de partenariat suppose également de bien mesurer l'avantage qu'on en retire. La supériorité éventuelle du contrat de partenariat sur les autres formules de réalisation d'un équipement culturel repose sur les éléments suivants :

- Les ressources financières privées sont plus coûteuses que les ressources financières dont bénéficient ordinairement les collectivités publiques, ce qui a comme conséquence que les ressources financières privées doivent être plus efficaces que celles ordinairement utilisées, d'où l'acceptation d'une ingénierie sophistiquée.
- En matière d'ouvrage, le grand avantage du contrat de partenariat est de rendre la même structure, en l'occur-

“Il ressort que la mise en œuvre d'un contrat de partenariat est une opération complexe qui suppose de la part de la collectivité un grand savoir-faire.”

### ARTENRÉEL, UNE COOPÉR-ARTISTE

En 2004, l'organisme de gestion des activités culturelles d'Alsace se dotait d'un nouveau service : Artenréel. « L'idée était de créer une structure permettant de répondre aux spécificités liées aux projets culturels » rappelle Stéphane Bossuet, son fondateur et directeur. Artenréel part d'un constat : l'artiste, bien qu'expérimenté et diplômé, rencontre de réelles difficultés d'insertion professionnelle liées à la nature de son activité. La coopérative s'ouvre donc aux personnes candidates à la création de leur propre emploi dans le cadre d'un projet artistique et culturel. Formée en SCOP (Société Coopérative de Production), Artenréel est créée par et pour ceux qui y travaillent. Stéphane Bossuet décrit cette démarche innovante comme un projet d'accompagnement individuel dans un projet collectif qu'est la coopérative. Dans ce cadre, l'artiste est assisté par des études de viabilité et la mise en place d'une stratégie commerciale. Si Artenréel endosse la responsabilité juridique, le salarié créateur reste le seul maître de son activité. À travers les services proposés, Artenréel se donne pour mission de soutenir l'émergence et la pérennisation de ces emplois.

Pour en savoir plus : <http://artenreel.com/>



Hors-série n°2, en vente à l'Observatoire des politiques culturelles ([www.observatoire-culture.net](http://www.observatoire-culture.net)) ou auprès de Centre Images ([www.centreimages.fr](http://www.centreimages.fr))

# vient de paraître

## CINÉMA ET AUDIOVISUEL : ACTION PUBLIQUE ET TERRITOIRES

*L'Observatoire*, hors-série n°2, juillet 2009, 56 p., N°ISSN : 1165-2675, 16€

Le 2<sup>e</sup> hors-série de la revue *L'Observatoire* s'intéresse à l'intervention des collectivités territoriales dans les domaines de cinéma et de l'audiovisuel. Ces actes reprennent ici les réflexions des intervenants du colloque « Cinéma et audiovisuel : action publique et territoires » organisé par Centre Images et l'Observatoire des politiques culturelles à l'occasion du 17<sup>e</sup> festival du Film de Vendôme. Cette publication permet d'approfondir la dimension juridique et politique de la notion de

service public culturel qui, même s'il constitue l'un des fondements du modèle culturel français « ne va pas pour autant de soi » et a fait l'objet de nombreux débats ainsi que le rappelle Jean-Marie Pontier en ouverture. Elle apporte, en outre, un éclairage intéressant sur la question de la coopération entre public et privé dans le domaine cinématographique, sur les politiques territoriales en faveur de l'audiovisuel et sur l'articulation de ces politiques avec l'éducation à l'image.

rence le groupement cocontractant, responsable de la construction et de l'exploitation, ce qui conduit nécessairement le partenaire à chercher à optimiser le rapport entre la qualité de la construction et le coût de la maintenance, car il est évident que l'on ne construit pas de la même manière selon que l'on a ou non la charge de la maintenance. Cela suppose donc que le maître d'ouvrage public accepte que le partenaire privé ait une large part dans la maintenance, ce qui n'est pas sans incidence sur la situation des personnels publics, et peut d'ailleurs être un frein considérable à l'utilisation du contrat de partenariat.

- De plus, la force du contrat de partenariat réside dans l'ensemble des incitations qui permettent d'optimiser la rémunération du partenaire, ce qui se traduit en termes d'indicateurs de performance et par le fait que le partenaire puisse utiliser à son propre profit l'équipement réalisé pour en tirer des recettes supplémentaires.

On voit bien l'intérêt que peut présenter un tel dispositif pour certains équipements qui pourront servir à différents usages.

De tout cela il ressort que la mise en œuvre d'un contrat de partenariat est une opération complexe qui suppose de la part de la collectivité un grand savoir-faire, qu'elle doit s'accompagner de l'acceptation par la collectivité d'une place spécifique pour le partenaire assez différente de la place réservée à un simple prestataire de service dans un marché traditionnel. De cela le monde de la culture n'est évidemment pas très familier. Cela signifie également que, si une collectivité envisage d'utiliser un contrat de partenariat, elle doit bien prendre en considération les contraintes qui en résulteront pour ses propres personnels ou ses partenaires habituels, de type associatif ou autre.

On peut avoir une appréciation comparable pour les baux emphytéotiques administratifs, qui se rapprochent tout

de même plus de marchés à paiement différé que des formules complexes tels que les contrats de partenariat. La plus grande liberté de la collectivité territoriale trouvant sa contrepartie dans le fait que les baux emphytéotiques administratifs ne sont pas assortis d'obligation d'exploitation ou de maintenance par le partenaire.

Il faut donc bien considérer que les partenariats public-privé, et notamment les contrats de partenariat et les baux emphytéotiques administratifs, constituent des moyens de faire financer, construire et fonctionner pour partie des équipements culturels dans des conditions qui peuvent être intéressantes pour les collectivités. Mais avant d'y avoir recours, et d'ailleurs la procédure y contraint, il faut bien mesurer le savoir-faire que cela exige de la part de la collectivité, de son personnel et de ses conseils, et les conséquences qui peuvent en résulter sur les conditions de fonctionnement des services culturels concernés.

Jean-François Auby  
Cabinet Auby Conseil

# LES FONDS DE DOTATION, UNE OPPORTUNITÉ AU SERVICE DE LA PHILANTHROPIE ?

Éric Baron, David Taron

**Le développement des ressources propres des institutions culturelles constitue depuis quelques années l'une des lignes directrices de l'action des pouvoirs publics. Au niveau national, il est ainsi de coutume que les pouvoirs publics soulignent la nécessité de favoriser le développement de ressources extra-publiques. Il n'est désormais pas rare que l'acte constitutif d'un établissement public local dispose qu'y figure l'obligation de développer des ressources propres. Parmi celles-ci, les fonds issus du mécénat occupent une place très souvent déterminante.**

Le législateur est intervenu à plusieurs reprises afin d'encourager les personnes privées, sociétés ou personnes physiques, à concourir à la satisfaction de l'intérêt général. Ces interventions, dont la plus marquante a été la loi n°2003-709 du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, ont souvent donné lieu à l'instauration de réductions d'impôts au bénéfice des donateurs. Ce dispositif, inspiré du modèle économique américain, n'était cependant pas complet dans la mesure où il ne permettait pas à de nombreuses institutions culturelles de faire fructifier les fonds reçus. Or, à l'instar de leurs homologues, principalement américains, beaucoup d'institutions culturelles françaises avaient émis le souhait de pouvoir placer des fonds productifs d'intérêts, ces derniers devant permettre le financement de projets publics.

C'est donc dans ce contexte qu'a été adoptée la loi n°2008-776 du 4 août 2008, dont l'article 140 créé les fonds de dotation. La publication du décret n°2009-158 du 11 février 2009, d'une instruction le 9 avril 2009 (BOI 4 C-3-09) et d'une circulaire le 19 juin 2009 (JORF du 19 juin 2009) ont permis de préciser le régime de ce nouvel outil, même s'il est encore trop tôt pour en apprécier pleinement la portée pratique.

On peut d'ores et déjà penser que cet outil innovant constitue une véritable opportunité, tout en s'interrogeant sur le type de fonds de dotation qui sera le mieux adapté.

## LES FONDS DE DOTATION : UN OUTIL INNOVANT AU SERVICE DE LA PHILANTHROPIE

### Le principe du fonds de dotation

Les fonds de dotation constituent un nouvel outil de financement visant à permettre aux organismes sans but lucratif de disposer de fonds leur assurant des recettes substantielles.

Ces fonds ont pour mission principale de collecter des dons et des legs, effectués de manière irrévocable, et ce afin de les capitaliser grâce à des dépôts auprès d'organismes financiers. Seuls les intérêts ainsi produits sont affectés au financement d'une activité d'intérêt général ou reversés à une personne morale à but non lucratif.

Les fonds de dotation, nouvelle catégorie de personnes morales de droit privé, constituent un compromis entre les associations et les fondations. Ils allient

en effet la souplesse de l'association et la logique de la fondation reconnue d'utilité publique (dotation affectée à la satisfaction d'un intérêt général et grande capacité juridique).

Les fonds de dotation, selon les conditions déjà précisées pour les organismes sans but lucratif (cf. instruction fiscale du 18 décembre 2006, BOI 4 H-5-06), ne seront en principe pas soumis aux impôts et taxes dits commerciaux, et offriront aux donateurs le bénéfice du régime du mécénat. Dans ce dernier cas, ils doivent eux-mêmes exercer une activité d'intérêt général ou soutenir des organismes d'intérêt général (cf. instruction fiscale du 9 avril 2009 précitée).

## LA CRÉATION ET LE FONCTIONNEMENT DES FONDS DE DOTATION

### Une création libre

Les fonds de dotation peuvent être créés librement par une ou plusieurs personnes physiques ou morales, que ces dernières soient de droit privé ou de droit public. Ils peuvent être créés pour une durée déterminée ou une durée indéterminée. S'agissant des personnes morales autres que l'État, il

# “Les fonds de dotation constituent un nouvel outil de financement visant à permettre aux organismes sans but lucratif de disposer de fonds leur assurant des recettes substantielles.”

conviendra néanmoins de respecter le principe de spécialité et les compétences d'attribution.

Les fondateurs peuvent procéder seuls, agir en commun avec des personnes publiques ou créer des synergies avec des personnes privées.

S'agissant des établissements publics, les dispositions réglementaires relatives à la répartition des compétences entre le Conseil d'administration et le directeur d'un tel établissement ne tranchent pas directement la question de la compétence de l'organe compétent pour décider de la création du fonds. Néanmoins, il semble possible de faire le rapprochement avec la « création de filiales », qui ressort le plus souvent de la compétence du Conseil d'administration.

## Une grande capacité juridique

Les fonds de dotation jouissent d'une grande capacité juridique et peuvent recevoir à ce titre tout type de libéralités et autres revenus. Les fonds de dotation sont ainsi constitués par :

- les dotations en capital qui leur sont apportées, étant précisé qu'une dotation initiale n'est pas obligatoire ;
- les dons et legs effectués à leur bénéfice.

Outre ces ressources, les fonds de dotation tirent leurs revenus des intérêts produits par leur dotation, des produits des activités statutairement autorisées et de la rémunération des services rendus. Organismes dédiés à la satisfaction de l'intérêt général, les fonds de dotation peuvent également faire appel à la générosité publique.

Enfin, et de manière exceptionnelle, ils peuvent recevoir des fonds publics, et ce, après la prise d'un arrêté conjoint par le ministre chargé de l'économie et le ministre chargé du budget.

La perception de fonds publics est conditionnée par l'existence d'une œuvre ou d'un programme important ou présentant une particularité certaine.

## UNE GOUVERNANCE À INVENTER

1. Les fonds de dotation sont administrés par un Conseil d'administration composé d'au moins trois membres désignés par le ou les fondateurs.

Il appartient aux statuts de déterminer la composition ainsi que les conditions de nomination et de renouvellement du Conseil d'administration.

2. Lorsque le montant de la dotation excède un million d'euros, un comité consultatif, composé de personnalités extérieures au Conseil d'administration, doit être créé à côté de ce dernier, et ce, afin d'émettre des propositions en matière de politique d'investissement et d'assurer le suivi de ladite politique.

3. En dehors de ces obligations, les textes relatifs aux fonds de dotation ne prescrivent aucune autre obligation en ce qui concerne les statuts. Le ou les fondateur(s) sera/seront donc libre(s) d'adapter leur organisation à leurs souhaits et contraintes.

En pratique, la création de fonds de dotation par des personnes publiques, ou la participation de ces dernières, pourra donner lieu à quelques « difficultés » tenant notamment à leur place au sein du Conseil d'administration. Bien que bénéficiaires des revenus du fonds, elles n'auront *a priori* pas vocation à l'alimenter, ce qui pourrait rendre délicate toute revendication quant à son contrôle.

## UN OUTIL OFFRANT DES OPPORTUNITÉS

### Les avantages de l'autonomisation

1. Par rapport à l'hypothèse de la perception directe de dons, les fonds de dotation éludent les pesanteurs propres à l'application des règles de la comptabilité publique et, plus généralement, aux contraintes propres au droit budgétaire. En premier lieu, ils permettent de sortir du principe de l'annualité budgétaire. En effet, la dotation pouvant être mobilisée sur le long terme, la personne publique considérée pourra programmer la gestion de ses ressources dans un cadre pluriannuel, là où le don direct implique *a priori* une consommation des crédits dans l'année. En deuxième lieu, les fonds de dotation permettent d'aménager le principe de non-affectation des recettes.

2. Les fonds de dotation devraient aussi permettre d'éviter les écueils des donations consenties avec des charges dans la mesure où les revenus produits par une même dotation pourront être réaffectés périodiquement à différents projets, en fonction des contingences du moment.

## L'avantage concurrentiel des fonds de dotation

1. Les fonds de dotation offrent la souplesse des associations. Hormis l'obligation de créer un Conseil d'administration, le ou les créateur(s) d'un fonds de dotation sont entièrement libres d'organiser comme ils le souhaitent le fonctionnement de ladite structure. Surtout, leur création est complètement libre, seule une déclaration en préfecture étant nécessaire. De même, les statuts des fonds de dotation peuvent être librement modifiés, seule une déclaration en préfecture étant requise. Sur cet aspect, les fonds de dotation s'avèrent plus souples que les associations reconnues d'utilité publique pour lesquelles toute modification statutaire doit être approuvée par décret en Conseil d'État.

2. Les fonds de dotation jouissent d'une pleine capacité juridique, à l'instar des fondations reconnues d'utilité publique. Contrairement aux associations simplement déclarées, les fonds de dotation disposent d'une pleine capacité juridique. Ils peuvent percevoir tout type de libéralité et posséder des immeubles de rapport (ce que ne peut pas faire une association reconnue d'utilité publique). Ils sont en cela assimilables aux fondations reconnues d'utilité publique.

3. Les fonds de dotation ne sont pas exposés aux mêmes contraintes que les fondations reconnues d'utilité publique. À la différence des fondations reconnues d'utilité publique, les fonds de dotation peuvent être créés sans dotation initiale. Ils peuvent même, à la condition que les statuts le prévoient, consommer leur dotation, ce qui est certes désormais théoriquement possible (cf. fondations à dotation consommable), mais en pratique exceptionnel dans le cadre d'une fondation reconnue d'utilité publique. Les fonds de dotation ne sont par ailleurs soumis à aucune tutelle des pouvoirs publics, contrairement aux fondations reconnues d'utilité publique.

4. Les fonds de dotation constituent un outil pouvant être créé par toutes les personnes publiques. Si toutes les personnes publiques peuvent créer des fonds de dotation, tel n'est pas le cas s'agissant d'autres structures. Les fondations d'entreprise, instituées par la loi n°90-559 du 4 juillet 1990 ne peuvent être créées que par des établissements publics à caractère industriel et commercial. On sait également que le Conseil d'État est très peu favorable à la constitution de fondations reconnues d'utilité publique par des personnes publiques.

## QUELS TYPES DE FONDS DE DOTATION ?

Si l'intérêt des fonds de dotation paraît devoir être admis, plusieurs points restent en suspens. Deux types de fonds de dotation pourraient être constitués : des fonds de dotation destinés à gérer eux-mêmes une œuvre philanthropique d'une part, ceux redistribuant les revenus de leur capitalisation à une telle œuvre d'autre part. Une combinaison des deux paraît envisageable.

Dans ces conditions, plusieurs configurations seront possibles pour les personnes publiques, et notamment :

- soit gérer eux-mêmes un fonds destiné à percevoir des dons et legs dont les revenus seront affectés aux activités de l'établissement ;
- soit créer seul ou à plusieurs un fonds gérant sa propre œuvre d'intérêt général.

Cette dernière hypothèse est envisageable, même si elle pourrait s'avérer plus complexe à mettre en œuvre pour le fondateur. Plus précisément, il conviendra de bien définir l'activité du fonds de dotation au regard des compétences de la personne publique, ainsi que la nature des relations entre ces deux institutions.

Au surplus, nous avons pu observer que les fonds de dotation ne pouvaient pas, en principe, bénéficier de fonds publics.

À notre sens, il pourrait s'agir ici d'éviter des dérogations trop nombreuses à l'obligation de dépôt des fonds au Trésor (cf. article 26-3° de la loi organique n°2001-692 du 1<sup>er</sup> août 2001 relative aux lois de finances).

Dans ces conditions, il serait possible de s'interroger sur l'utilité de la création de fonds de dotation de seconde catégorie par les établissements publics et ce, dans la mesure où ces derniers ne pourraient en principe pas les alimenter sur leurs fonds propres.

On pourrait penser que les fonds de première catégorie seraient mieux adaptés. Tel serait le cas des sociétés d'amis qui pourront envisager la création de fonds de dotation en partenariat avec les établissements qu'elles soutiennent.

Il restera également à bien poser juridiquement les relations entre les fonds de dotation et les personnes publiques membres (quels liens, quelle gouvernance, etc.?).

*Éric Baron*

*Avocat au barreau de Paris*

*David Taron*

*Avocat au barreau de Paris*

## LES DISPOSITIFS FISCAUX EN FAVEUR DU MÉCÉNAT : RAPPEL

En ce qui concerne les dons des particuliers, l'article 200 du Code général des Impôts (CGI) dispose qu'ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66 % de leur montant les sommes prises dans la limite de 20 % de leur revenu imposable qui correspondent à des dons et versements notamment au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général.

L'article 238 bis du CGI dispose pour sa part qu'ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant les versements qu'elles effectuent dans la limite de 5 pour mille de leur chiffre d'affaires.

# POUR LA RECONNAISSANCE DE L'ÉCONOMIE CRÉATIVE SOLIDAIRE

Jean-Michel Lucas

**La littérature sur « l'économie créative<sup>1</sup> » et ses multiples avatars revendique l'ouverture définitive des frontières entre culture et économie. On nous promet ainsi que l'économie et son « mariage avec la culture [sera] une source de renouvellement et de dynamisme largement démontré<sup>2</sup> ». De partout, on nous dit que les artistes y gagnent parce qu'ils n'ont plus besoin de tendre la sèbile auprès des subventionneurs publics ; les entreprises y gagnent aussi car elles innovent plus, et surtout mieux. Quant aux territoires, ils empochent les gains d'une attractivité plus forte que celle de leurs voisins. L'économie créative passe même pour une source de « cohésion sociale et d'enrichissement culturel personnel », sans doute parce qu'elle inclut « souvent une forte dose d'activité non rémunérée économiquement sous forme de bénévolat » et que, de ce fait, « elle n'est pas dominée par la pression de l'argent<sup>3</sup> » !**

L'avenir dira si une telle alliance, une telle « fusion de l'espace public et de l'espace privé<sup>4</sup> », tiendra ce qu'elle promet mais, sans attendre, on peut déjà montrer les confusions de sens et de valeurs qu'elle contient.

En premier lieu, un cadrage de méthode s'impose : il est simpliste de croire que, dans les politiques culturelles, la culture a pu être un jour dissociée de l'économie. Aucun acteur culturel, même le plus attaché à l'exception culturelle à la française, ne peut en effet prétendre vivre en autarcie, dans l'ignorance du système des échanges marchands et de ses règles concurrentielles. Il ne s'agit donc pas d'opposer un *monde culturel* par nature « hors marché » au *monde barbare* des marchandises remplissant les rayons des grandes enseignes. L'enjeu de la politique culturelle est plutôt de savoir comment la démocratie opère des dosages, au nom de l'intérêt général, entre les valeurs culturelles et les valeurs économiques.

Après cinquante ans de politique culturelle, on peut rapidement repérer trois cas de figures, dont les défauts majeurs nous incitent à imaginer une autre voie :

## L'UTOPIE MALRUCIENNE

La première figure évoque l'utopie malrucienne où la valeur culturelle est définie par les spécialistes choisis par la politique publique. L'enjeu est ici de sélectionner les meilleures références possibles pour nourrir l'imaginaire commun de l'Humanité. Dans cette doctrine à la Malraux, il n'y a pas d'opposition entre la valeur économique et la valeur culturelle. Malraux, citant fréquemment *Anna Karénine* ou *La Ruée vers l'or*, est le premier à se féliciter que l'industrie culturelle produise des chefs d'œuvre ; par contre, l'intérêt général suppose la domination de la valeur culturelle sur la valeur économique car un risque majeur pèse sur l'avenir du genre humain : les industries culturelles, les « usines de rêves », laissées libres, s'adresseront, pour gagner de l'argent, au « *rêve le plus efficace pour les billets de théâtre et de cinéma, celui qui naturellement fait appel aux éléments les plus profonds, les plus organiques et, pour tout dire, les plus terribles de l'être humain et avant tout, bien entendu, le sexe, l'argent et la mort*<sup>5</sup> ». Dans cette figure salvatrice de la politique culturelle, l'écono-

mie créative est certes un atout, mais uniquement sous condition que la valeur culturelle des marchandises soit suffisante pour « grandir les hommes » et éloigner le spectre du « masochisme de la culture de masse », pour reprendre une expression d'Adorno<sup>6</sup>. Avec son exigence sélective, la doctrine a pour beaucoup épuisé ses charmes dans une démocratie qui ne saurait évacuer de son quotidien le principe de liberté des choix culturels.

## LA DOCTRINE DU LIBRE ÉCHANGE

On doit alors s'intéresser à une deuxième figure doctrinale où l'arbitrage, au nom de l'intérêt général, entre « valeur culturelle » et « valeur économique » est très différent. La doctrine est connue de tous : le libre échange de marchandises, si le marché est concurrentiel, porte sens et valeur de progrès. À ce titre, l'Article 107 du Traité pour le fonctionnement de l'Union Européenne affiche clairement le principe de l'incompatibilité des aides publiques avec les vertus de la concurrence<sup>7</sup>.

Sur cette base, la valeur économique optimise, sous l'empire exigeant de la concurrence pure et parfaite, la réponse aux besoins humains. Du coup, la valeur culturelle se déduit de la valeur économique. En effet, dans cette logique, la société organise des marchés spécialisés qui procèdent à la hiérarchisation de l'art et de la culture, classent les « œuvres d'art », les « biens culturels » ou les « produits de l'entertainment ». Nulle autorité publique ne peut s'arroger le droit d'imposer, au nom de l'intérêt général, la valeur culturelle de référence à la place du système d'échanges libres.

On ne doit pas en déduire que seuls les « intérêts privés » comptent et que la politique publique de la culture a disparu. Bien au contraire, l'intervention publique est très active et très vigilante pour garantir le « bon niveau de concurrence ». On le voit, par exemple, avec l'établissement public Centre national de la chanson des variétés et du jazz (CNV) qui lève un impôt sur les consommateurs de spectacles pour constituer une réserve financière permettant aux producteurs de financer une nouvelle tournée, même si la précédente était pour eux déficitaire. Avec ce dispositif public de mutualisation, le risque de disparition des offreurs de spectacles, et donc celui de monopolarisation du marché, se réduit ; la concurrence reste active et, avec elle, la société tend vers la meilleure allocation possible de ressources rares !

## L'ÉCONOMIE CRÉATIVE ET L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Dans cette cohérence doctrinale qui respecte le principe de liberté des choix des individus, l'économie créative est très précieuse. Elle dynamise le marché, favorise l'éclosion de nouvelles demandes et donc de nouveaux besoins, améliore la qualité des produits culturels, nourrit les opportunités de profit et, par là, participe activement à la quête du progrès.

On doit pourtant convenir que les partisans de l'économie créative font preuve d'une grande naïveté : en vantant les mérites de l'innovation culturelle pour l'économie, ils revendiquent avec raison les avantages d'un système de libre choix de sa culture par le consommateur. Dès lors, la valeur culturelle est certes essentielle pour l'épanouissement des êtres humains mais contrairement à la doctrine Malraux, elle ne porte plus sur ses épaules un enjeu d'intérêt général spécifique pour l'humanité. Le sympathique pragmatisme de l'économie créative évacue l'enjeu politique de la construction d'un référentiel imaginaire commun pour les êtres réunis. À chacun sa culture si elle se vend et/ou s'achète !

Il faut par ailleurs admettre que la doctrine du marché libre ne correspond jamais à la perfection de ses énoncés et, d'ailleurs, elle le revendique. À cet égard, l'article 107 admet des dérogations à partir desquelles d'autres arbitrages entre « valeur culturelle » et « valeur économique » peuvent être légitimés. L'article 107 affirme, par exemple, qu'il accepte des exceptions pour la « culture » mais se garde d'en donner une définition opératoire. Il admet aussi que des aides publiques peuvent être attribuées si elles n'affectent pas les échanges entre les États membres, si elles relèvent de mesures générales ou de mesures à caractère social bénéficiant au consommateur individuel<sup>8</sup>. La décision d'intérêt général peut donc, par dérogation, se fonder sur d'autres valeurs que la valeur économique de concurrence. La République française décentralisée a ainsi confié de larges compétences aux collectivités territoriales. L'arbitrage entre « valeur culturelle » et « valeur économique » s'en trouve modifié d'autant plus que les collectivités sont les principaux financeurs des activités culturelles<sup>9</sup>.

Si l'on se penche sur les compétences des collectivités, on constate qu'au-delà d'une vague « compétence générale », deux « bonnes raisons » sont à l'œuvre : – la première est celle d'agir pour répon-

dre aux besoins des habitants que le marché ne satisfait pas correctement ; – la seconde est de promouvoir le développement du territoire.

Là encore, l'économie créative pourrait solliciter la première place, puisqu'elle vise justement à contribuer à « l'enrichissement personnel » et à « l'attractivité du territoire » ! Toutefois, on ne manque pas d'être rapidement déçu ; en effet, dans les arbitrages territoriaux, la valeur culturelle n'est pas porteuse d'intérêt général en elle-même. Elle est tout juste bonne à contribuer à la réussite d'autres politiques publiques telles que la cohésion sociale ou le développement urbain. Philippe Stark n'a pas manqué d'appliquer ce regard critique au cas du musée Guggenheim de Bilbao qui passe pour un modèle culturel pertinent de grande efficacité économique et urbaine : l'effet Guggenheim n'est pour lui qu'un « effet marketing », « une sorte de hold-up de la culture<sup>10</sup> ». En somme, la politique culturelle est d'intérêt général par procuration. Elle est utile mais elle ne porte plus l'enjeu spécifique de la construction des valeurs communes. C'est, là encore, à chacun sa culture dans son coin de territoires ou, comme on le dit à Angers « *La culture angevine s'ouvre à tous les publics et à tous les goûts* ».

On doit ainsi observer que lorsque la règle d'intérêt général est l'attractivité du territoire, les « bonnes valeurs

“Il ne s'agit pas d'opposer un monde culturel par nature « hors marché » au monde barbare des marchandises remplissant les rayons des grandes enseignes. L'enjeu de la politique culturelle est plutôt de savoir comment la démocratie opère des dosages, au nom de l'intérêt général, entre les valeurs culturelles et les valeurs économiques.”

## CIGALES SOLIDAIRES

Le premier « Club d'Investisseurs pour une Gestion Alternative et Locale de l'Épargne Solidaire » a vu le jour en 1983. Depuis, les CIGALES se sont multipliées en France et, en 2007, 27 clubs rassemblaient un peu moins de 1300 cigaliers.

Ces structures de capital-risque solidaire mobilisent l'épargne de leurs membres au service de la création et du développement de petites entreprises locales et collectives (SARL, SCOP, SCIC, SA, association, etc.). L'initiative est collective : 5 à 20 personnes se réunissent mensuellement pendant cinq ans et mettent leurs économies en commun. Le plafond réglementaire de l'épargne est fixé à 5 500 € par an et par personne. Les cigaliers reçoivent des créateurs et décident d'affecter leur épargne collective au capital des entreprises. Au terme des 5 ans, le club liquide son portefeuille au prorata des apports des cigaliers.

Les CIGALES se présentent comme une alternative à l'économie capitaliste. Le club est un lieu qui permet à ses membres de mieux comprendre les mécanismes de l'entreprise et de se réappropriar la fonction d'actionnaire. La pérennité prévaut sur le court terme.

L'un des objectifs essentiel est de lutter contre l'exclusion en respectant le développement durable. Les cigaliers soutiennent en priorité le commerce équitable, la défense de l'environnement, les énergies renouvelables et l'insertion sociale et professionnelle.

La Charte des CIGALES défend donc la place innovante des clubs « au carrefour de l'épargne de proximité, de l'épargne éthique et de l'épargne solidaire ».

**Pour en savoir plus : Fédération des CIGALES : <http://www.cigales.asso.fr/>**

culturelles » sont celles qui font rayonner le territoire, au niveau local, régional, national, européen. Avec la culture, le territoire d'ici, « notre » territoire, a vocation à devenir meilleur que les autres et la valeur culturelle n'est qu'un atout de cette lutte permanente pour gagner des positions. Pour évident que cela puisse paraître, on doit toutefois s'interroger sur ce curieux destin de la culture dont la valeur devient une arme de politique publique pour que le territoire soit plus fort que le monde environnant. La politique culturelle du territoire légitime la domination d'une culture territoriale sur les autres.

Dans cette économie culturelle territoriale, prônée par l'économie créative, l'alliance « culture/économie » est certes solide empiriquement. Elle est pragmatique mais reste dramatique politiquement pour ceux qui croient que la culture ne prend sens et valeur que pour construire ensemble la nécessaire utopie humaniste. L'économie créative l'ignore et, à cet égard, elle est plus souvent fautive que naïve.

Pouvait-elle, néanmoins, penser une autre alliance de l'économie et de la

culture ? La réponse est positive et presque évidente pour ceux qui prennent au sérieux les engagements de l'Unesco en matière de diversité culturelle. Il est donc possible de résister aux doctrines existantes pour redonner à la culture une dimension fondamentale pour le genre humain.

### LA DOCTRINE DE LA LIBERTÉ CULTURELLE DE LA PERSONNE

La quatrième figure de l'alliance de la culture et de l'économie a pour point de départ l'article 1 de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948. Chaque être humain doit être pleinement reconnu dans sa dignité. Pour ce faire, la politique publique doit considérer que chaque personne a la liberté de choisir ce qui fait culture pour elle. Chaque personne doit être respectée dans l'identité culturelle qu'elle se construit. Cette position doctrinale impose une lourde contrainte : comme le droit à la dignité de sa culture est absolu, celui qui revendique le respect de son identité culturelle doit impérativement s'engager à respecter la dignité culturelle des autres.

L'enjeu culturel pour l'humanité n'est plus celui de l'œuvre de référence, comme le voulait Malraux. L'enjeu n'est pas non plus celui de satisfaire des besoins culturels de consommateurs individuels dans l'indifférence des autres ou de consolider la puissance des territoires et de leur peuple. Il s'agit maintenant de construire l'humanité en acceptant à la fois la liberté des choix culturels de chaque personne, au nom de leur dignité, et la nécessité que ces choix respectent les autres cultures. Le pari est difficile mais la solution est prometteuse pour la démocratie du « vivre ensemble » : la politique publique de la culture doit alors veiller à ce que les pratiques des cultures singulières, dont celles des artistes, soient à la fois libres et compatibles, disons plutôt « reconnues » par les autres cultures. Comme la réponse à cette question n'est jamais certaine, et qu'elle est moins à trouver dans les faits objectifs que dans la représentation que chacun se fait des autres, la politique de la culture doit organiser en permanence les confrontations de sens et de valeurs culturels ; elle doit être à l'écoute des réactions provoquées par la variété des expressions culturelles, dans le but d'en favoriser la reconnaissance, de réduire les distances et, si nécessaire, de combattre les cultures du rejet et de l'exclusion.

Cette doctrine de la liberté culturelle trouve son expression juste dans la formulation des droits culturels des personnes, tels que la déclaration de Fribourg les a formulés. Elle modifie considérablement la relation entre la valeur économique et la valeur culturelle.

Puisque chaque personne a la légitimité de choisir les biens culturels les plus conformes à sa dignité culturelle, il lui est possible de choisir, en toute liberté, la voie du marché concurrentiel. Dans ce cas, la personne considère que la « valeur économique » du produit culturel correspond à la « valeur culturelle » qu'elle lui donne pour construire son identité. Le marché n'est donc pas remis en cause mais il n'est qu'un outil de la dignité culturelle de la personne.

Dans cette doctrine, le marché concurrentiel n'est plus, par essence, le grand ordonnateur du progrès collectif : si le sens et la valeur culturels des marchandises portent atteinte à la dignité des personnes, le débat public s'ouvre et le marché doit céder si ses pratiques sont incompatibles avec le principe universel de respect des cultures des personnes. La concurrence n'est plus une fin ultime !

La personne peut maintenant revendiquer une autre voie pour exercer ses droits culturels. Le raisonnement est le suivant : « *pour garantir pleinement ma dignité culturelle, et établir des interactions culturelles avec d'autres identités, je considère que l'acquisition de biens et services culturels sur le marché concurrentiel ne me satisfait pas. Je tiens à construire mon identité culturelle autrement, en entretenant avec d'autres personnes, d'autres identités culturelles des relations de partage de parole, de récits, de formes sensibles, d'histoires et de symboles communs, sans que s'impose entre nous la logique du profit.* »

### L'ÉCONOMIE SOLIDAIRE : UNE MOBILISATION DES RESSOURCES CULTURELLES HUMAINES

Une nouvelle relation entre l'économie et la culture est alors tracée : dans la politique publique, c'est maintenant la valeur culturelle de la personne qui s'impose aux valeurs économiques des marchandises culturelles. L'économie créative prend un autre sens : elle devient une « économie créative solidaire » qui s'inscrit dans la politique publique de la culture en application du principe universel de respect des dignités culturelles.

Pour en faire ressortir les principes, prenons comme illustration une association de musiques actuelles, secteur d'activité dont on vante, ici ou là, les capacités à contribuer activement à l'économie de la culture.

L'association propose à des jeunes apprentis musiciens des locaux de répétitions, des conseils techniques et autres

soutiens pour accompagner leur projet artistique. Certaines personnes utiliseront ces locaux parce que ce service culturel répond à leur préoccupation, à leur « besoin » au sens du marché. Ils paieront le tarif de location au « prix du marché », comme n'importe quel consommateur. La politique culturelle du 107 s'applique à eux.

Il est aussi possible et fréquent que ces consommateurs deviennent des « usagers » si la collectivité estime nécessaire, pour des raisons d'inégalités sociales ou économiques, de subventionner l'association pour réduire les tarifs des services fournis. Là encore, il ne s'agit que d'une application des exceptions prévues à l'article 107. Dans les deux cas, l'association se contente d'être prestataire d'un service qui est acheté par des « consommateurs » ou des « usagers », même si l'association les appelle « mon public ».

Il ne serait pas sérieux de considérer qu'une telle offre associative constitue une réponse aux exigences de l'économie créative solidaire sous prétexte qu'elle

“Cette doctrine de la liberté culturelle trouve son expression juste dans la formulation des droits culturels des personnes, tels que la déclaration de Fribourg les a formulés. Elle modifie considérablement la relation entre la valeur économique et la valeur culturelle.”

serait subventionnée et non lucrative. L'association, toute culturelle qu'elle soit, reste et demeure un fournisseur de marchandises, à des prix égaux ou inférieurs au marché, rien de plus.

En revanche, la situation est tout à fait différente si l'association affirme sa volonté de contribuer à la reconnaissance<sup>11</sup> des personnes et à la consolidation de leur dignité culturelle. Elle affirme alors ses valeurs et demande aux personnes qui veulent bénéficier des ateliers de répétition ou de l'accompagnement des ingénieurs, professeurs et artistes confirmés d'adhérer à cette éthique du projet. À ce titre, les personnes sont évidemment parties prenantes à la vie interne de l'association, selon des règles de démocratie explicites et appliquées, mais cela ne suffit pas. Puisque leur dignité est en jeu, elles doivent aussi participer à la reconnaissance par la Cité du sens et des valeurs culturels de leurs pratiques ; elles doivent s'engager à dire aux autres le sens et la valeur du projet auxquels elles sont associées. L'engagement pour la dignité culturelle signifie investissement de la personne dans l'espace public pour contribuer au « vivre ensemble ».

La conséquence est inévitablement que leur projet devra s'adapter autant que le référentiel culturel commun du territoire aura aussi à s'ajuster à cette présence de cultures inédites, en particulier lorsqu'elles prennent des « formes étrangères » et des formes « étranges » liées à des pratiques d'expérimentation artistique. L'engagement dans l'économie créative solidaire est ainsi action de résistance au repli de chacun sur sa culture, dans son association, dans son identité figée. Repli si contradictoire avec les principes de la diversité culturelle. On pourrait dire « ouverture aux autres » ou mieux « participation » aux lieux d'échanges et de discussions qui, permettent, non pas de partager toutes les cultures, mais de reconnaître une place légitime et pacifiée à la diversité des identités culturelles.

Avec la nécessité de ces engagements, l'économie créative solidaire est donc d'une grande exigence pour la personne qui, dès lors, ne peut plus être assimilée à un « public » anonyme, un usager indifférent ou un consommateur ignorant les valeurs collectives. Il n'est plus question non plus de dire que le projet s'adresse à des gens, des habitants, des populations. On aurait tort enfin de considérer que, dans le projet, la personne est « béné-

**“L'engagement dans l'économie créative solidaire est action de résistance au repli de chacun sur sa culture, dans son association, dans son identité figée. Repli si contradictoire avec les principes de la diversité culturelle.”**

vole » puisqu'elle donne et reçoit beaucoup. Sa contribution vient en contrepartie de l'apport des autres personnes participant à l'économie (solidaire) du projet culturel, même si cette contrepartie ne se lit pas en terme de salaire, (c'est-à-dire en terme de contrepartie monétaire d'une marchandise appelée « force de travail »).

En tout cas, le temps que la personne passe dans son engagement culturel ne peut plus être considéré comme relevant d'un temps de « loisir ». L'affaire est plus sérieuse car l'enjeu concerne fondamentalement la capacité des personnes à devenir acteurs de leur dignité culturelle et à engager leur identité de « sujet » dans l'interaction avec les autres. On notera à cet égard que cette conception de l'économie créative solidaire remet en cause l'esprit même du projet de loi sur les amateurs<sup>12</sup>.

Le texte de ce projet de loi reconnaît certes que l'activité des amateurs contribue à leur développement personnel mais, paradoxalement, il en fait une simple activité de loisir. L'amateur se

« détend » après le temps sérieux du labeur et la seule activité artistique qui compte pour le projet de loi est celle où l'artiste est salarié d'un patron qui vend ses spectacles sur le marché. Encore « l'article 107 » loin de la logique des droits culturels.

On peut préciser cette dynamique de mobilisation de ressources culturelles humaines en prenant l'exemple d'un musée. Dans les trois premières figures de politique publique que nous avons évoquées, le propos sera à peu près identique : « *notre musée a une belle collection, nous incitons le public à venir visiter nos expositions de qualité professionnelle et à découvrir, grâce aux compétences de nos médiateurs, nos richesses artistiques* ». Il suffit d'acquiescer un droit d'entrée modeste et le tour culturel est joué.

## **L'IMPÉRATIF DE LA DIGNITÉ CULTURELLE**

Avec la figure de la dignité culturelle, le musée se présentera autrement en disant : « *notre mission est de permettre aux personnes et aux groupes de pouvoir mieux déterminer leur place dans le monde. Venez travailler avec nous, pour dire aux autres ce que vous avez à leur dire car nos compétences sont au service de la construction de votre identité culturelle. Nous ferons ensemble un parcours qui vous permettra d'être dans l'espace public, acteurs de votre identité, d'être ainsi mieux reconnus et de mieux respecter les autres identités.* » Comme le formule par exemple le directeur du Tyne and Wear Museums de Newcastle, Alec Coles, à propos des missions de sa structure : « *Most importantly, it is an organisation, literally, with a mission : To help people determine their place in the world and define their identities, so enhancing their self-respect and their respect for others*<sup>13</sup> ».

Avec la figure de la dignité culturelle, la politique publique instaure entre les deux parties (le musée et le groupe de personnes) un engagement solide



© JEAN-PIERRE SAEZ

de partage des valeurs culturelles par la construction d'un projet commun, proposé aux autres identités culturelles, dans l'espace public. Le projet culturel respecte tant les compétences des professionnels que les identités des personnes, tout en tissant entre elles des réseaux qui participent à la richesse culturelle de chacun et du collectif, même sans contrepartie monétaire<sup>14</sup>.

Le scénario de l'économie créative solidaire est finalement simple : pour construire sa dignité culturelle et devenir acteur de son identité culturelle dans un rapport qui prend soin des identités des autres, la personne s'engage dans un projet collectif de partage culturel. Avec cette exigence, l'économie créative s'ancre dans les valeurs de l'économie solidaire<sup>15</sup> au sens où le projet consiste à agir et produire ensemble, dans le respect des principes démocratiques, autour de valeurs culturelles partagées, en établissant des relations négociées de réciprocité. L'engagement culturel prime sur les contreparties obtenues par paiement monétaire. L'artiste peut vendre beaucoup mais, pour être d'intérêt général, son projet n'a pas besoin d'être rentable :

il lui suffit de mobiliser autour de lui les personnes qui s'engagent à faire sens et valeurs dans l'espace public pour nourrir l'imaginaire commun du « Vivre ensemble ».

Il conviendrait donc de progresser dans la reconnaissance juridique d'une économie créative solidaire. Dans un premier temps, on pourrait suggérer qu'une collectivité, en « co-construction » avec les acteurs volontaires, élabore *une charte d'éthique culturelle*. Le document rappellerait les principes des droits culturels, les engagements des signataires en matière de respect des dignités culturelles. Il préciserait les principes d'équité et de transparence démocratique que les acteurs auront à respecter pour s'assurer de l'engagement des personnes aux projets ou sanctionner les engagements non tenus. Il organiserait avec soin le dispositif d'évaluation partagée.

En contrepartie de cette adhésion à la charte d'éthique culturelle, les associations bénéficieraient de soutiens financiers de la collectivité, elles seraient associées à un dispositif rénové de gouvernance de l'action culturelle publique et, surtout, elles

seraient intégrées au processus permanent de confrontations de sens et de valeurs des cultures dans leur diversité.

Il reste que cette approche n'aura de portée que si elle peut faire bouger les lignes de l'article 107 qui, aujourd'hui, les considère au mieux comme des exceptions culturelles sympathiques n'échappant nullement à l'emprise de l'environnement concurrentiel<sup>16</sup>. Si l'on voulait donner place au principe universel de dignité, il faudrait reformuler l'article 107 pour y inclure l'engagement politique suivant : « *Au titre du respect des droits culturels, les aides publiques sont autorisées pour soutenir les projets d'économie créative solidaire, contribuant à renforcer la dignité culturelle des personnes et leur plus grand respect des autres.* »

On pourrait alors sérieusement inaugurer, au niveau des textes européens, un vrai « service culturel d'intérêt général » correspondant au travail mené en Europe par des milliers d'associations. On pourrait ensuite traduire ce nouveau principe par une loi nationale sur la culture qui, au lieu de porter sur le secteur culturel conçu comme une simple offre de

marchandises par le secteur public ou par le privé, affirmerait la nécessité de soutenir l'engagement culturel des personnes au nom des valeurs de solidarité et de liberté culturelle. Après tout, si la France a signé les accords de l'Unesco, que cela ne soit pas pour rien.

Compte tenu de ces perspectives et de ses exigences, les acteurs de l'économie créative devraient veiller à éviter les confusions de sens : ils ne peuvent pas prétendre avoir toutes les vertus, celles de l'intérêt général comme celles de l'intérêt particulier. Ils devraient indiquer un peu mieux ce qu'ils veulent être : des tremplins pour le profit des industries culturelles mondialisées, des outils de la domination d'un territoire sur les autres ou des apporteurs de « services culturels d'intérêt général » à part entière, contribuant à la conquête de la plus grande des libertés, celle du « vivre ensemble » dans le respect réciproque des dignités culturelles des personnes.

**Jean-Michel Lucas**

Président de Trempolino, maître de conférences à l'Université de Bretagne - Rennes.

**Chers amis,**

Une nouvelle fort triste nous parvient. Augustin Girard est décédé jeudi 9 juillet. Avec lui disparaît une figure exemplaire et majeure de la vie culturelle, même si son nom n'était pas forcément connu du grand public. Je peux témoigner en tous cas que, pour des acteurs de diverses générations impliqués notamment dans les politiques culturelles et leur évaluation et œuvrant aujourd'hui même dans le monde, le fondateur du service des études et de la recherche du ministère de la culture demeure une référence intellectuelle et morale de premier rang. Son nom était encore spontanément cité dans des séminaires d'experts tenus tout récemment à Budapest ou à Montréal. C'est dire le rayonnement de sa pensée et de son action. Le dernier éditorial de l'Observatoire était consacré à la question culturelle dans une perspective de développement durable. Rien ne vaut de revenir aux sources de la réflexion sur le thème du développement culturel et cela m'avait amené à citer en exergue à ce texte l'une des réflexions prémonitoires d'Augustin sur le sujet. C'est dire aussi qu'il continuait de nous accompagner par la pensée, même si les circonstances et sa santé l'avaient éloigné des lieux publics ces dernières années. Nous savions qu'il ne serait pas en mesure de nous rejoindre pour participer au grand colloque de fin mai marquant, à Grenoble, les 20 ans de l'Observatoire et pour lequel nous avions choisi de mettre en valeur la jeune recherche européenne. Tenu au courant de ce projet et de son orientation, Augustin avait su mobiliser son énergie pour nous adresser des mots d'encouragement plus précieux les uns que les autres. Ceux qui étaient présents se souviennent aussi que ce colloque lui a été dédié. Ce n'était que justice bien entendu, et de savoir qu'il a eu conscience de cet hommage nous remplit de joie. On le sait, sa présence aux côtés de René Rizzardo pour fonder l'Observatoire des politiques culturelles a été déterminante. Son accompagnement pendant près de 17 années nous était complètement nécessaire. Par ses qualités humaines, il était aussi apprécié par toute l'équipe qui a pleinement conscience de son apport à notre aventure. Par dessus tout, je retiens son regard, attentif, généreux et cette confiance sans limite dont il témoignait toujours, une confiance qui nous a littéralement portés et qui nous a fait grandir.

**Jean-Pierre Saez**

Observatoire des politiques culturelles

## Pour la reconnaissance de l'économie créative solidaire

### NOTES

1- Le lecteur s'attend sans doute à bénéficier d'une définition précise de « l'économie créative », mais il ne l'obtiendra pas. Chaque regard sur le monde voyant midi à sa porte, le mariage « culture/économie » n'est encore qu'un amoncellement de représentations rattachées à des paradigmes indéfectés. Le statut « scientifique » des auteurs sert de paravent à des subjectivités qui ne songent même pas à s'interroger sur leur certitude doctrinale et leurs faiblesses théoriques ! On lira une étude exhaustive de tous ces déguisements de « scientificité » dans le *working paper* de Katia Segers and Ellen Huijgh : « *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries* », Cemeso (Center for studies on media and culture), 2007.

2- Nous avons repris ce credo du livre *Économie créative* publié à Bordeaux par l'Institut des deux rives qui se présente comme un « réservoir de pensée, sur le sujet » ! (Éditions Mollat, 2009). On retrouverait les mêmes vertus énoncées par l'Alliance globale pour la diversité culturelle sur le site de l'Unesco : [http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL\\_ID=29032&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=29032&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).

3- Le réseau « creative cluster » organise même des formations pour atteindre tous ces objectifs en même temps, voir <http://www.creativeclusters.com/>.

4- On trouve cette expression dans la contribution du syndicat F3C-CFDT aux Entrepreneurs de Valois, page 187 du document final.

5- André Malraux, discours prononcé par André Malraux à l'occasion de l'inauguration de la Maison de la Culture d'Amiens, le 19 mars 1966

6- T. Adorno, *Le caractère fétiche dans la musique*, page 33, Éditions ALLIA, 2003.

7- Article 107 (ex-article 87 TCE) : Sauf dérogations prévues par les traités, sont incompatibles avec le marché intérieur, dans la mesure où elles affectent les échanges entre États membres, les aides accordées par les États ou au moyen de ressources d'État sous quelque forme que ce soit qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions. [...] 3. Peuvent être considérées comme compatibles avec le marché intérieur : [...] d) les aides destinées à

promouvoir la culture et la conservation du patrimoine, quand elles n'altèrent pas les conditions des échanges et de la concurrence dans l'Union dans une mesure contraire à l'intérêt commun... .

8- Les détails des dérogations sont explicités dans la Circulaire du 26 janvier 2006 relative à l'application au plan local des règles communautaires de concurrence relatives aux aides publiques aux entreprises.

9- Voir les publications du DEPS : *Culture Chiffres 2009-3*, Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006 : près de 7 milliards d'euros pour la culture.

10- Voir l'interview de Philippe Stark dans *Une introduction à l'économie créative*, op.cit.

11- Cf. Axel Honneth, « Invisibilité : sur l'épistémologie de la reconnaissance », in *La société du mépris*, éditions La Découverte, 2006 ; et *La réification* NRF.

12- Avant projet de loi « De la participation des amateurs à des représentations de spectacles vivants », juin 2008. Article 1 : définition de l'amateur « est dénommé amateur dans le domaine du spectacle vivant toute personne qui pratique seule ou en groupe une activité artistique à titre de loisir... ». Voir le projet et les commentaires de la cofac : <http://www.cofac.asso.fr/spip.php?article50>

13- Voir le site Tynes et Wear Museums

14- Sur la richesse culturelle comme effet de réseau voir, par exemple, Patrice Meyer-Bisch « Les droits culturels enfin sur le devant de la scène ? », in *L'Observatoire* n° 33, Observatoire des politiques culturelles, mai 2008.

15- On renvoie ici aux travaux de Jean-Louis Laville, en particulier *L'économie solidaire, une perspective internationale*, Hachette Littératures, 2007. On citera aussi l'ouvrage de Laurent Gardin, *Les initiatives solidaires* Éditions ERES, 2006 ; ainsi que l'ouvrage collectif dirigé par P. Colin et A. Gautier *Pour une autre économie de l'art et de la culture*, Éditions ERES, 2008.

16- On rappelle le combat de l'Ufisc dont le manifeste est justement fondé sur les principes de la diversité culturelle.

# ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE : UN TERRAIN D'INNOVATION POUR LES MUSIQUES ACTUELLES

Entretien avec **Philippe Berthelot**

**Président de l'U-FISC (Union fédérale d'intervention des structures culturelles) mais aussi directeur de la Fedurok qui rassemble 75 équipements qui œuvrent à la concrétisation d'un projet culturel pour la diffusion et l'accompagnement des pratiques artistiques dans le secteur des musiques actuelles et amplifiées, Philippe Berthelot a répondu à quelques-unes de nos questions sur le concept « d'économie sociale et solidaire » : comment approcher cette notion, déjà ancienne, dans le champ du secteur culturel ? Quels sont ses enjeux ? En quoi nous invite-t-elle à imaginer une nouvelle économie pour l'art et la culture ?**

**L'Observatoire – On parle souvent, à propos du secteur des musiques actuelles, de « tiers secteur » ou « d'économie sociale et solidaire » mais ces notions demeurent assez floues pour la plupart des acteurs. Comment les traduiriez-vous dans la pratique ? Qu'est-ce que cela veut dire concrètement ?**

La vision idéologique binaire public/privé est tellement prégnante et dominante dans les esprits qu'il est difficile de penser à se définir autrement sans apparaître décalé ou pas sérieux. Comme beaucoup de choses de la vie, ce qui relève de « l'économie sociale et solidaire », d'un « tiers secteur » ou « d'un monde du milieu » est constitutif d'un ensemble de manières de faire, de finalités de vie, de choix d'organisation et de manières de faire ensemble, qui se différencie de la seule quête d'un enrichissement matériel individuel ou de pouvoir et de l'exécution d'un service public dans un cadre administré.

Un projet qui se situe dans ce grand ensemble hétérogène de l'économie sociale et solidaire, peut être, par exemple, un projet artistique et culturel d'initiative privée à finalité non lucrative qui

mobilise des énergies aussi bien salariées que bénévoles sur des enjeux artistiques et culturels de partage et de mieux vivre ensemble, dans une logique participative, en allant au plus près des populations, et qui tente de limiter le filtre des intermédiaires multiples, d'agir en coopération plutôt qu'en concurrence, et de fixer des limites à son développement propre. Ce peut être un festival, un label indépendant, un lieu, une radio indépendante associative, un collectif d'artistes...

**L'Observatoire – Le terme « d'économie sociale et solidaire » n'est-il pas un peu englobant alors que le fonctionnement des musiques actuelles montre que vous êtes sur une variété d'approches économiques qui va de l'économie marchande au bénévolat, en passant par les financements publics ?**

Toute la pertinence du positionnement tient dans l'acceptation du postulat que nous sommes dans une économie plurielle, où se côtoient le marché, une redistribution publique et des processus de réciprocité non monétaire. Les acteurs de l'économie sociale (qui se définit historiquement par les statuts : associatifs, coopératifs, et mutualistes) et solidaire

(qui se réfère à la démarche) se développent sur les trois entrées. C'est à la fois des modes d'organisation et des démarches répondant à des valeurs<sup>1</sup>.

**L'Observatoire – Le secteur des musiques actuelles a-t-il été précurseur de ce mouvement ?**

Le secteur des musiques actuelles est vaste et pluriel et porte en lui toutes les problématiques du monde moderne, entre la mondialisation et la concentration économique, les transformations technologiques, les interactions artistiques et culturelles, les frottements idéologiques et l'extrême difficulté du monde politique à l'appréhender dans sa diversité. Bien que très présentes dans l'imaginaire collectif, ces musiques ne présentent pas une lecture politique adaptée à leur complexité. Elles-mêmes se sont construites dans une logique principalement libérale, voire libertaire.

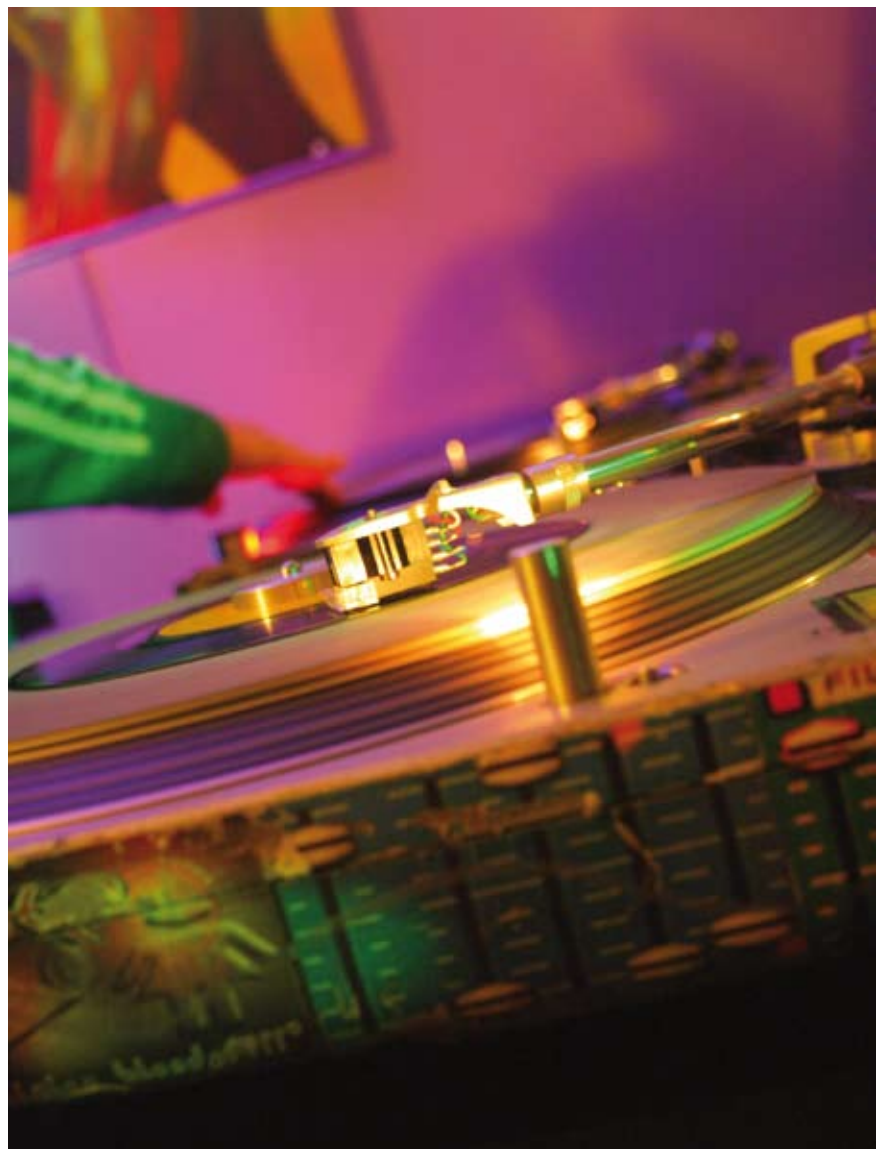
Le mouvement de l'économie sociale et solidaire ne s'est pas construit et défini historiquement en France dans le secteur des musiques actuelles. C'est plus dans certains pays comme le Brésil, où le mouvement de résistance et de transfor-

mation sociale a été important, qu'il a trouvé réalité. Sans que cela ne soit formalisé comme tel, on peut dire qu'il trouve son terrain dans une partie du secteur des musiques actuelles qui a toujours été revêche, aussi bien à l'institution qu'au business. Mais entre les mouvements underground des années 70 et le punk alternatif des années 80, qui se sont appuyés sur le terrain organisé de l'éducation populaire, on ne peut pas dire que l'approche économique ait été des plus explicites. De là à être précurseur...

**L'Observatoire – Peut-on soutenir que la proximité du secteur des musiques actuelles avec le secteur privé et les logiques du marché est ce qui explique en partie la prudence des collectivités à l'égard de ce milieu ? Partagez-vous l'analyse selon laquelle les collectivités territoriales ont évolué dans leur manière d'appréhender le secteur des musiques actuelles à cet égard ?**

Les collectivités territoriales ont fait un parcours accéléré depuis le début des années 90 mais dans une approche principalement sociale et économique avec le programme d'État « Zénith ». L'approche culturelle est récente et a été facilitée par le dispositif « Scènes de musiques Actuelles » et l'implication des Régions et des Départements. Mais, en règle générale, elles ont aussi des difficultés comme pour d'autres secteurs d'activité à penser « ternaire » en intégrant une mouvance d'économie sociale et solidaire explicite dans les musiques actuelles. Même si l'assise principale de leurs politiques culturelles a été, pendant très longtemps, le soutien à des projets associatifs, on voit poindre la tendance qui consiste soit à intégrer dans le secteur administré, notamment pour ce qui touche à l'apprentissage musical, soit à abandonner le reste au marché et au règne du moins disant.

Les frictions entre l'artistique et l'économique, entre la logique oligopolistique de l'industrie et celles de bien commun, nécessitent que des analyses plus claires soient énoncées par les collectivités



© ALICE-ANNE JEANDEL

territoriales. Or, pour le moment, les discours restent très flous et abandonnent la gestion de l'intérêt général et du service public de la culture à l'application mécanique des directives européennes et des instructions de la Cour des comptes.

**L'Observatoire – Pouvez-vous approfondir pour nous ce que vous appelez « l'observation participative et partagée » ?**

La participation des acteurs/contributeurs au processus de l'observation est un enjeu déterminant. Cette démarche d'observation implique et associe directement l'observé par sa participation à l'ensemble de la démarche d'observation en lui donnant

la possibilité de pouvoir s'appropriier et utiliser les données générées collectivement pour ses propres besoins d'analyses. Cela rend les acteurs plus responsables et enclins à mettre à disposition leurs données relevant de leur activité dans leur environnement professionnel et institutionnel. C'est l'aspect partagé de l'observation. Ainsi, chaque partie prenante peut faire ses analyses, facilitant la confrontation des points de vue. C'est un moyen de rééquilibrer l'avis unique et soit disant « objectif » qui viendrait de l'extérieur. C'est aussi un moyen d'associer chacun dans un processus démocratique d'échange, tout en laissant la décision à ceux qui en ont la légitimité.<sup>2</sup>

**L'Observatoire – Vous faites appel aux outils numériques pour structurer votre organisation et vous faites preuve d'une démarche innovante dans ce domaine. Quels sont pour vous les enjeux aujourd'hui ?**

Ces démarches de fonctionnement collectif et participatif ne peuvent s'entendre pour de très petites entreprises que si des outils performants existent pour relier, accompagner, soutenir, informer et valoriser. C'est pourquoi nous avons anticipé cette donne en développant, parallèlement à la construction de démarches et de méthodologie, des outils adaptés en profitant des apports des technologies numériques. Cela se matérialise en 2009 par la livraison d'une plateforme générique en ligne (GIMIC) qui offre la possibilité d'asseoir de l'observation en lien avec des modules de gestion pour des acteurs en réseau. L'outillage étant générique, il ne s'intéresse pas au seul secteur des musiques actuelles. C'est pourquoi, il a vocation à être développé et géré par une structure spécifique sous la forme d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC)<sup>3</sup>.

**L'Observatoire – Justement comment voyez-vous évoluer les modes de gestion aujourd'hui ? Est-ce que les coopératives vous semblent un outil d'avenir ?**

Nous menons actuellement une étude sur les modes de gestion<sup>4</sup> afin d'identifier la correspondance entre le mode de gestion et le développement des projets, en particulier dans le niveau d'implication des collectivités publi-

ques avec notamment les modalités de délégation de service public à structure privée et l'arrivée des établissements publics tels que la régie personnalisée et l'EPCC. Les coopératives, et particulièrement les SCIC, peuvent offrir des réponses adaptées lorsqu'il s'agit d'être sur de la prestation de services ou de la production de biens dans un processus commercial avéré. Mais ces statuts sont mal connus des pouvoirs publics et dans le cas de la SCIC, la limitation légale des moyens publics alloués par la loi est un handicap pour les projets qui s'appuient sur des problématiques d'infrastructures lourdes et d'équipement en gestion à l'exemple des lieux. Quoiqu'il en soit, ces statuts ne se substituent pas pour autant au statut associatif qui reste, dans de nombreux cas, adapté aux différentes natures des projets.

**L'Observatoire – L'économie sociale et solidaire apparaît comme une forme de mise en œuvre de la participation et de la solidarité, quel résultat obtenez-vous concrètement dans ce domaine en termes de gouvernance ?**

La participation et la solidarité sont, à l'instar de la démocratie, une mise en œuvre extensible selon la nature des projets. Dans le travail sur la gouvernance, au-delà d'un homme/une voix et de l'adhésion conférant une expression à une Assemblée générale, il y a, en s'appuyant sur la démarche d'autres acteurs de l'économie sociale et solidaire dans d'autres domaines, à s'intéresser aux processus qui associent directement les populations, les usagers ou les consommateurs, à l'exemple des AMAP dans le commerce équitable.

**L'Observatoire – Souhaitez-vous développer des systèmes de financements solidaires en faisant appel à l'épargne privée ?**

C'est un chantier qui est à développer, dans un cadre plus vaste que celui des musiques actuelles. C'est pourquoi nous l'investissons, comme pour d'autres problématiques, avec les acteurs de champs artistiques et culturels (théâtre, danse, arts de la rue, cirque de création, arts plastiques, ...) qui se reconnaissent aussi de l'économie sociale et solidaire, et avec lesquels nous nous retrouvons dans l'UFISC<sup>5</sup> et son « *manifeste pour une autre économie de l'art et de la culture* »<sup>6</sup>.

L'épargne privée solidaire est un véritable enjeu. Elle a pour principe de permettre à des projets de disposer de fonds qui ne sont pas conditionnés par une exigence de performance rémunératrice pour l'investisseur, mais répond à une adhésion idéologique de ce dernier aux projets qu'il soutient. Cela constitue donc une piste partielle pour des initiatives privées à but non-lucratif dont l'objet n'est pas de redistribuer des gains à des individus mais de les réinjecter dans des projets d'intérêt général.

D'autres pistes existent également, notamment en termes de constitution de fonds de trésorerie mutualisés, qui permettraient aux structures les plus dépendantes d'un fond de roulement fragile de maintenir et développer leur activité. C'est pourquoi nous nous intéressons à l'initiative d'Actes'if<sup>7</sup>, membre de l'UFISC qui a initié un Fond de solidarité.

Entretien avec **Philippe Berthelot**  
Directeur de Fédurok

Propos recueillis par **Lisa Pignot**  
Rédactrice en chef adjointe de L'Observatoire

**Économie sociale et solidaire : un terrain d'innovation pour les musiques actuelles**

**NOTES**

1- *Pour une autre économie de l'art et de la culture* sous la direction de Bruno Colin et Arthur Gautier, collection «sociologie économique» dirigée par Jean-Louis Laville, édition Eres, 2008, 172 pages.

2- «L'Observation Participative et Partagée [OPP]» - Une méthode proposée par La Fédurok, 2005, 37 pages.

<http://fsj.la-fedurok.org/documents/OPP-METHODE.pdf>

3- [www.gimic.org](http://www.gimic.org)

4- Etude « *Lieux, projets et collectivités territoriales* » initiée par La Fédurok en 2007, en cours de finalisation.

5- [www.ufisc.org](http://www.ufisc.org)

6- [http://www.ufisc.org/Ufisc\\_Manifeste\\_V3.pdf](http://www.ufisc.org/Ufisc_Manifeste_V3.pdf)

7- [www.actesif.com](http://www.actesif.com)

# LE « POUR-CENT CULTUREL MIGROS » EN SUISSE OU « QUAND UNE ENTREPRISE PRIVÉE JOUE LES POUVOIRS PUBLICS »

Olivier Moeschler

**En Suisse, où règne le fédéralisme et la subsidiarité en matière culturelle comme dans de nombreux autres domaines, l'initiative privée est au centre de la vie artistique. Elle joue également un rôle clé dans l'orientation des politiques publiques dans le domaine des arts. Dans ce pays à forte tradition entrepreneuriale et aux identités cantonales bien ancrées, les démarches par trop top down ne sont pas goûtées. Idéalement, les projets culturels doivent naître « d'en bas » et c'est au promoteur concerné – musicien, metteur en scène, commissaire d'exposition, sculpteur et autre créateur – de chercher le financement ou, plus précisément, les nombreux petits financements dont la mosaïque caractérise la plupart des aventures culturelles, y compris celles qui se déroulent dans les institutions culturelles fonctionnant « par projets »<sup>1</sup>.**

Découlant de la fragmentation administrative et politique d'un pays qui s'est construit comme une « confédération » d'entités cantonales relativement autonomes, le principe helvétique de la subsidiarité signifie qu'un créateur réunit le budget de son projet en frappant aux portes de bas en haut, autrement dit, chez les privés et sa commune d'habitation tout d'abord, puis son canton et, enfin, en dernier lieu, la Confédération.

Dans un petit ouvrage au titre parlant, l'écrivain et éditeur romand Pierre-Olivier Walzer a décrit ce phénomène, en regrettant qu'il soit typiquement suisse<sup>1</sup>. « L'esprit d'initiative venant d'en haut est considéré comme condamnable outrecuidance », se plaint-il, et par conséquent, « il n'appartient pas à l'État d'orienter la culture, c'est à la culture de s'orienter elle-même et d'essayer de subsister en arrachant son oxygène un peu à la Confédération, un peu aux cantons, un peu aux villes et un peu aux privés », ceci sur le mode d'un « aide-toi d'abord, et l'État t'aidera peut-être ».

## UN OUTIL VIEUX D'UN DEMI-SIÈCLE

Une des portes auxquelles les créateurs peuvent frapper en Suisse depuis maintenant un peu plus de cinquante ans est le « Pour-cent culturel » de la Migros, une grande enseigne de la vente alimentaire en demi-gros (d'où son nom) fondée dans les années 1920 et omniprésente en Suisse, dont nous présentons ici brièvement les principales lignes de force<sup>2</sup>. La Migros se distingue des autres entreprises par le double fait qu'elle s'est construite, d'une part, sur le principe de la coopérative ; il n'y a donc pas d'actionnaires, mais des coopérateurs – un peu plus de 2 millions de personnes, ou une bonne part de la population adulte du pays, qui en compte sept en tout ! D'autre part, la Migros a été marquée par l'esprit philanthrope de son fondateur, l'Alémanique Gottlieb Duttweiler, qui voulait, dans la foulée des années 1930 et de la Seconde guerre mondiale, promouvoir un « monde social et culturel meilleur » et qui prônait notamment, dans l'une de ses 15 « thèses », que « l'intérêt général [soit] placé plus haut que l'intérêt des coopératives Migros »<sup>3</sup>.

Le premier engagement culturel mis en avant par la coopérative l'est au sens plutôt large puisqu'il s'agit de cours de langue proposés à la population dès 1944, afin d'améliorer la compréhension entre les trois régions linguistiques du pays, dont la cohésion avait été mise à rude épreuve par l'évolution politico-militaire dans les pays voisins. C'est en suivant le vœu de Duttweiler qu'en 1957, le Pour-cent culturel est ancré dans les statuts de la coopérative, une formalisation qui pérennise cet outil et qui le rend, avec sa durée de vie, unique, sinon au monde, du moins en son genre.

«le principe helvétique de la subsidiarité signifie qu'un créateur réunit le budget de son projet en frappant aux portes de bas en haut, autrement dit, chez les privés et sa commune d'habitation tout d'abord, puis son canton et, enfin, en dernier lieu, la Confédération.»



© BRUNO BELTRÃO & GRUPO DE RUA, «H3», BRÉSIL

## UN POUR-CENT POUR LA CULTURE – OU PRESQUE

Aujourd'hui encore, la formation occupe une part importante des contributions versées par le Pour-cent culturel, la majorité même : très exactement 54 % en 2008<sup>4</sup>. Il s'agit des « Écoles-clubs Migros » qui, présentes partout dans le pays et connues de toute la population, offrent un large éventail de cours, de l'apprentissage des langues, à la santé et au fitness en passant par la cuisine, les arts, l'artisanat et, nouvellement, des cours « business » plus proches des besoins de l'économie. Sur la petite moitié restante du Pour-cent culturel, les postes « loisirs » (10 %), « société » (6 %), « économie » (2 %) ainsi que l'administration (5 %) accaparent encore un quart, renvoyant notamment aux frais de fonctionnement et d'entretien de parcs de loisirs et de repos comme le Signal de Bougy dans le canton de Vaud (qui inclut une piste de golf grand public, fidèle donc à l'esprit du fondateur de la Migros) ou encore à l'aide destinée à des associations actives dans le domaine du social.

Ce n'est, en définitive, qu'une fraction d'un pour-cent que Migros dédie à la culture au sens plus étroit de création artistique, le poste « culture » concernant (en 2008) 23 %, ou un petit quart, des dépenses d'un Pour-cent culturel décidément multiforme. À l'attention des esprits par trop critiques ou chagrins, il faut en même temps noter que ce pour-cent (il s'agit effectivement de 1% dans le cas de la Fédération des coopératives Migros, et de 0,5 % pour les coopératives régionales) n'est pas calculé sur le bénéfice mais bien sur le chiffre d'affaires. Ce qui donne une somme bien plus importante que dans le premier cas de figure, et assez élevée en l'état : près de 120 millions de francs suisses au total l'an passé<sup>5</sup>.

## UN « ÉTAT DANS L'ÉTAT » ET UNE MYRIADE DE POLITIQUES CULTURELLES

Lui-même devenu une institution pour toutes les personnes qui travaillent dans la culture mais aussi toutes celles qui s'y intéressent, le pour-cent culturel<sup>6</sup> n'est pas monolithique, mais bien plus

multiple et multiforme. Il convient tout d'abord de distinguer le centre de ce poids lourd de l'économie helvétique, qui ressemble parfois à un « État dans l'État », de ses branches régionales : il s'agit de la Fédération des coopératives Migros qui finance, logiquement, davantage les projets d'intérêt national – comme, par exemple, un concours annuel de musiques actuelles très visible notamment en Suisse allemande et qui, intitulé « M 4 Music » (« M pour musique »), joue habilement sur la première lettre du nom de l'enseigne<sup>7</sup>.

Surtout, la Migros, c'est une dizaine de coopératives régionales qui, de par leurs moyens (directement liés à leur chiffre d'affaires et, donc, au bassin de clients desservis), développent des politiques culturelles spécifiques. Ainsi, en terres vaudoises, si le Pour-cent culturel est dédié à la création culturelle qui touche le canton (artistes qui y vivent et qui y créent), il s'est spécialisé dans les arts de la scène, les nouveaux espaces parfois décentrés (Lausanne et Yverdon-les-Bains ont un vaste arrière-pays) et le *coaching* de projets émergents. À

Genève, on s'est davantage centré sur la musique, comme aussi sur un service de billetterie dont la gestion constitue, pour une troupe ou un ensemble, en soi une aide considérable ; le Pour-cent culturel de la Cité de Calvin collabore également à la programmation du Forum Théâtre Meyrin<sup>8</sup> et propose un soutien logistique aux compagnies. La coopérative Neuchâtel-Fribourg a créé une distinction culturelle<sup>9</sup>, tandis que le service culturel du Valais a une ouverture plus généreuse sur des productions grand public. Desservant en partie des régions beaucoup plus importantes en termes de population et disposant de moyens autrement plus conséquents, les coopératives alémaniques ont quant à elles développé leur propres lignes, n'hésitant pas à financer des événements plus médiatisés et plus coûteux.

En définitive, la politique culturelle de la Migros est plurielle, comme l'est aussi la réappropriation de l'impératif de « redistribution pour tous » si cher à la coopérative, en fonction notamment de la texture spécifique des territoires dans lequel elle s'inscrit<sup>10</sup>.

## UNE COOPÉRATIVE ENTRE MÉCÉNAT ET SPONSORING

Si le Pour-cent culturel manie, on l'a vu, une définition assez large du « culturel », il prend néanmoins clairement ses distances face à des visées plus directement économiques. En effet, il existe un département « marketing » à la Migros, et c'est ce dernier qui se charge du sponsoring. Une division appliquée moins par rapport aux domaines soutenus (le Pour-cent soutient tous les arts : le théâtre, la musique tous genres confondus, la danse, les spectacles pour enfants, les variétés ou encore l'humour...) que, plus précisément, en fonction du succès escompté et donc de la capacité d'autofinancement d'un projet – la préférence allant, en Suisse romande du moins, aux créateurs émergents. Ainsi, le Pour-cent culturel d'une

“En Suisse, malgré un appel à peine voilé, il y a dix ans de cela, adressé à l'économie privée pour accroître sa contribution au financement de la culture<sup>1</sup>, celui-ci reste largement l'apanage des pouvoirs publics.”

coopérative régionale peut décider de soutenir tel projet expérimental jugé novateur dans le domaine du rock ou de la pop ; par contre, si la Migros soutient le très connu festival de musiques actuelles Paléo près de Nyon au bord du lac Léman, elle le fait via son département marketing – ce qui implique une approche en termes de sponsoring, avec une aide plus importante mais aussi un retour sur investissement et, en contrepartie, une visibilité attendue<sup>11</sup>.

Dans tous les cas, c'est un chemin d'équilibriste que suit le Pour-cent culturel, quelque peu tiraillé entre la qualité et la quantité. Entre la volonté de promouvoir l'innovation et le côté pointu de certaines initiatives artistiques – avec tout l'élitisme et l'hermétisme que cette autonomisation de l'art<sup>12</sup> notamment par rapport aux goûts d'un public plus large peut receler – et l'idéal de l'intérêt général, c'est parfois d'une quadrature du cercle qu'il s'agit. Certes, si un projet semble intéressant mais trop large pour entrer dans une définition plus restreinte et exigeante de la « culture », il est toujours possible de le financer via la rubrique « social »

du Pour-cent. Les frontières entre mécénat et sponsoring sont toutefois parfois difficiles à maintenir ou, du moins, à percevoir pour un observateur extérieur. Le plus grand succès du « Pour-cent culturel Migros » est sans doute d'avoir su s'imposer comme désintéressé et d'avoir réussi à faire oublier que la mention du nom de l'enseigne dans ce label est bien évidemment capitale en termes de visibilité et de présence de la marque dans le pays. Duttweiler l'avait d'ailleurs bien compris, lui qui disait qu'il s'agissait avant tout de séduire les femmes – qui sont, il le savait, ménagères et les principales clientes de la Migros, mais qui sont aussi, nous le savons, en général majoritaires dans le public culturel.

Il est aussi possible que le climat économique plus rude et la concurrence plus agressive des distributeurs venus de l'étranger (notamment d'Allemagne : Aldi, Lidl, etc.) modifie quelque peu la donne : la transformation récente du nom d'une très connue série de concerts du Pour-cent culturel, les Concerts-clubs (accueil d'orchestres étrangers), rebaptisée il y a peu en « Migros-pour-cent-

culturel-classics », pourrait à tout le moins le suggérer, et laisser craindre une dilution d'une idée de politique culturelle privée originale à plus d'un titre.

## LE FINANCEMENT PRIVÉ DE LA CULTURE EN SUISSE, UNE PART CONGRUE MAIS IMPORTANTE

En Suisse, malgré un appel à peine voilé, il y a dix ans de cela, adressé à l'économie privée pour accroître sa contribution au financement de la culture<sup>13</sup>, celui-ci reste largement l'apanage des pouvoirs publics. Il y a quelques années, une étude de l'Office fédéral de la statistique chiffrait le soutien privé à la culture en Suisse à environ 320 millions de francs par an<sup>14</sup>. Une récente étude zurichoise<sup>15</sup> a montré que les subventions publiques de la culture s'élevaient, elles, à environ 2,5 milliards de francs suisses (ou 1,5 milliards d'euros). Le financement privé représente dès lors un peu plus de 10 % de cette somme. Mais, en période de vaches maigres pour les budgets publics, cet apport privé est important.

L'aide du Pour-cent culturel Migros s'entend d'ailleurs bien comme complémentaire (et comme minoritaire : on parle d'un « coup de pouce » bienvenu, d'un « pied à l'étrier » proposé aux jeunes créateurs) à celle des pouvoirs publics – avant tout la ville et/ou le canton – ainsi que d'autres acteurs privés et fondations ; comme, notamment, la Loterie Romande, autre protagoniste du financement parapublic de la culture, qui dispose toutefois de moyens autrement plus importants<sup>16</sup>. Au final, le soutien culturel de la Migros apparaît comme tout sauf négligeable.

À un niveau financier, déjà, mais aussi – et peut-être plus encore – par le fait que le Pour-cent culturel Migros relève du mécénat, alors que – toujours selon la même étude de l'OFS – seul un tiers des sommes injectées par le secteur privé dans la culture le sont, loin derrière le sponsoring. Il s'agit donc là, à tout le moins, d'un bel idéal culturel et de société et, peut-être, d'un modèle à suivre pour d'autres entreprises.

Olivier Moeschler

Observatoire Science, Politique et Société, Université de Lausanne

« La politique culturelle de la Migros est plurielle, comme l'est aussi la réappropriation de l'impératif de « redistribution pour tous » si cher à la coopérative, en fonction notamment de la texture spécifique des territoires dans lequel elle s'inscrit. »

### Le « Pour-cent culturel Migros » en Suisse ou « quand une entreprise privée joue les pouvoirs publics »

#### NOTES

1- C'est le cas notamment des théâtres dans la région romande du pays, qui suivent – comme en France – une programmation « en suite ». Les théâtres de Berne, Bâle ou Zurich sont des *Stadttheater* de répertoire à l'allemande, avec une troupe maison et des coûts fixes considérables, mais tendent eux aussi à augmenter leur part de fonctionnement « par projet ». Voir Pidoux J.-Y., Moeschler O. et Guye O. (1998), *Politique extérieure dans le domaine culturel. Étude et évaluation de l'action conduite par les villes*, Université de Lausanne.  
1- Walzer P.-O., *A vot' bon cœur, misieu/dames : petit traité de mendicité culturelle*, Genève, Ed. Zoé, p. 12, 1988.  
2- Les sources papier et *on-line* utilisées pour cet article sont indiquées en note en cours de texte. Nous remercions vivement Éliane Fournier, responsable des relations publiques et des activités culturelles de Migros-Vaud, pour l'entretien qu'elle a bien voulu nous accorder le 4 juin 2009.  
3- Cf. [http://www.migros.ch/FR/A\\_propos\\_de\\_Migros/L\\_entreprise/Histoire](http://www.migros.ch/FR/A_propos_de_Migros/L_entreprise/Histoire). Ainsi, les magasins Migros ne peuvent vendre ni alcools ni tabac.  
4- Tiré de : *Migros – Faits et chiffres*, brochure d'information, p. 35., 2009.  
5- *Ibid.*, correspondant à environ 75 millions d'euros, dont environ CHF 27,6 millions (17 millions d'euros) étaient destinés à la culture au sens plus restreint du terme.  
6- Pour un portrait maison en forme d'abécédaire : [http://www.pour-cent-culturel.ch/g3.cms/s\\_page/52390](http://www.pour-cent-culturel.ch/g3.cms/s_page/52390).

7- Cf. le site Internet <http://www.m4music.ch/>.

8- Cf. <http://www.forum-meyrin.ch/>.

9- Le Grand Prix culturel, doté d'une somme importante : CHF 50 000.- (environ 30 000 euros).

10- Voir à ce sujet Moeschler O. et Thevenin O., *Les Territoires de la démocratisation culturelle. Équipements, événements, patrimoines*, qui vient de paraître chez L'Harmattan, 2009.

11- À cet égard, les actions culturelles de plus grande envergure et au public plus large sont traitées à la même enseigne que les grandes manifestations sportives, soutenues via le département de marketing.

12- Bourdieu P., *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil, 1992.

13- Schindler A. et Reichenau Ch., *Payante, la culture ? La situation de la culture suisse en 1999 : discutons d'une politique culturelle !*, Berne, Office fédéral de la culture, 1999.

14- Ou près de 200 millions d'euros ; Office fédéral de la statistique, *Financement de la culture par les entreprises*, Neuchâtel, OFS, 2003

15- Weckerle Ch., Söndermann M. et Theler H., "Auf dem Weg zu einer strategischen Dimension der Kulturförderung", in *Neue Zürcher Zeitung*, 6 janvier, 2009.

16- Cette société d'utilité publique distribue chaque année, dans la seule Suisse romande, près de 150 millions de francs suisses (environ 100 millions d'euros), dont un tiers pour la culture ; <http://www.loterie.ch/>.

# L'ÉCONOMIE DE LA CULTURE EN ITALIE ENTRE PUBLIC ET PRIVÉ

Carla Bodo

**Ainsi que dans la plupart des pays industriellement avancés, l'économie de la culture en Italie est une économie mixte, partagée entre les pouvoirs publics et le secteur privé. Il est toutefois difficile de définir et de mesurer avec précision l'importance de leurs rôles respectifs, en raison des nombreuses et persistantes lacunes dans les études et dans les statistiques se rapportant au secteur culturel.**

On pourrait affirmer que, par tradition, le financement des « biens culturels » – c'est-à-dire le patrimoine architectural, les musées, les bibliothèques, les archives – a toujours incombé aux pouvoirs publics, nationaux et locaux, tandis que le soutien aux industries culturelles – le cinéma, la radio télévision, la presse, l'édition des livres – relève principalement du marché : dépense des ménages (achats, redevance) et financements publicitaires. Entre les deux, dans une position plus hybride, se situe le spectacle vivant – musique, opéra, théâtre dramatique, danse – c'est-à-dire un domaine culturel qui, depuis longtemps déjà, ne saurait s'appuyer principalement sur l'achat des billets, alors qu'il le pouvait avant que la hausse des coûts et la concurrence exercée par un moyen de communication de masse comme le cinéma ne le placent hors marché. Sans les subventions publiques – qui sont devenues plus ou moins déterminantes selon les disciplines artistiques, notamment pour l'opéra lyrique

**“Une industrie comme la presse est, de loin, devenue le domaine culturel le plus dynamique dans la capacité d'attraction des financements publics à la culture dans les dernières décennies.”**

– le spectacle vivant ne pourrait pas survivre : ce dont témoigne la crise dans laquelle il est actuellement plongé avec la baisse de 21 % (de 478 à 378 millions d'euros) subie par le Fonds ministériel du spectacle entre 2008 et 2009.

## LE RÔLE INTERCHANGEABLE DES POUVOIRS PUBLICS ET DU MARCHÉ DANS LE FINANCEMENT DE LA CULTURE

Le cas du spectacle vivant représente, en effet, un exemple paradigmatique de la mobilité des frontières entre public et privé dans le financement de la culture en Italie, ainsi que de l'interchangeabilité de leurs rôles respectifs. Si, d'un côté, le financement privé du patrimoine et des musées – jadis principalement réservé aux pouvoirs publics – s'est considérablement accru et va probablement s'accroître dans les années à venir face à la réduction des allocations publiques, c'est, par contre, une industrie comme la presse qui est, de loin, devenue le domaine culturel le plus dynamique dans la capacité d'attraction des financements publics à la culture dans les dernières décennies. Cela est dû aux contraintes classiques du *market failure* : c'est-à-dire à la crise des ventes des journaux dans un pays au taux de lecture déjà structurellement faible, ultérieurement affaibli à cause

de la concurrence accrue exercée par la télévision sur les consommations des ménages (et, plus récemment, d'Internet) qui est de surcroît le destinataire privilégié des investissements publicitaires. Il en ressort que la presse italienne – qui absorbe annuellement environ 500 millions d'euros en contributions directes et indirectes et de l'État (sans compter les contributions régionales et locales) – est à présent la plus subventionnée d'Europe. C'est pourtant une situation qui paraît sans alternative : la menace de la disparition des journaux ne pouvant être tolérée dans une société démocratique.

En ce qui concerne le secteur du cinéma qui a connu, lui aussi – depuis la fin du monopole de la télévision, en 1975, et la concurrence acharnée des chaînes privées – un déficit de marché et, en conséquence, une augmentation poussée des subventions en faveur du cinéma, il faut souligner que, dans les années 90, les contraintes budgétaires imposées par l'adhésion à la monnaie unique européenne ont suggéré aux pouvoirs publics d'apporter un soutien selon des modalités différentes. Au lieu d'augmenter les allocations directes de l'État au cinéma, on a fait le choix d'intervenir par voie réglementaire, en imposant, par la loi 122/1996, à la RAI<sup>1</sup> et au groupe privé MEDIASET, de leur attribuer, respectivement, les 20 % des revenus issus de la redevance et les 15 % des recettes

publicitaires aux investissements dans la production cinématographique et audiovisuelle nationale et européenne. Des financements importants ont ainsi été canalisés vers notre industrie de film de fiction, témoignant aussi que les pouvoirs publics, lorsqu'ils décident de soutenir la culture en mobilisant des ressources privées, disposent d'instruments efficaces et moins coûteux que les subventions prises en charge par les collectivités.

### LA PRISE EN CHARGE CROISSANTE DU FINANCEMENT DES BIENS ET ACTIVITÉS CULTURELLES PAR LE SECTEUR PRIVÉ

Hormis les industries culturelles, qu'en est-il des moyens de financement des biens et des activités culturelles plus traditionnels ? Bien que le rôle des financements publics en faveur de ces domaines soit encore prédominant, on a assisté, en Italie, dans les trois dernières décennies, à leur prise en charge croissante par le secteur privé, soit à travers le mécénat, soit en permettant l'accès du secteur privé à la gestion des institutions culturelles publiques.

### LE MÉCÉNAT

La première mesure de facilitation du mécénat privé à destination des biens culturels a été la loi 582/1982, qui permettait aux individus, aux organisations et aux entreprises privées la déduction *totale et illimitée* de leur revenu imposable de toute donation et sponsoring ayant pour but la restauration du patrimoine, la recherche, l'organisation d'expositions, ainsi que les dépenses d'investissement des individus et des organisations privées pour la restauration des bâtiments historiques enregistrés en leur propriété. Ce qui conduisit, en une décennie, à un « boom des sponsorisations » et notamment des restaurations de châteaux, palais, villas historiques... Les considérables bénéfices de

la loi, ainsi que son efficacité, ont été pourtant substantiellement réduits par la *Loi Budgétaire de 1992* – une loi sous le signe de l'austérité – qui transforma les déductions fiscales (favorisant les hauts revenus) en crédits fiscaux égaux pour tous dans la mesure du 20 % (puis 19 %). La diminution du montant des sponsorisations qui s'ensuivit, amena à réintroduire, par la loi 342/2000, – pour les entreprises uniquement – la possibilité de déduire le montant total des dons à des institutions culturelles figurant dans une liste établie par le ministère des Biens et des Activités culturelles. Une dérive bureaucratique par rapport à la mesure originaire, ainsi que le ralentissement de la croissance économique, ont conduit pourtant à une quasi stagnation des sponsorisations culturelles dans les années 2000.

Par ailleurs, l'opposition des ministres des Finances aux tentatives des ministres de la Culture d'étendre cette mesure au mécénat individuel, a empêché jusqu'ici de puiser davantage à cette source, potentiellement importante, pour le financement de la culture. Si le mécénat culturel a continué, malgré tout, à représenter un élément dynamique considérable dans le soutien à la culture au début du XXI<sup>e</sup> siècle, c'est principalement grâce au rôle croissant joué dans notre pays par les fondations d'origine bancaire.

Les 81 caisses d'épargne existant en Italie ont toujours été au service des collectivités locales. En 1990, elles ont été privatisées et les fonctions bancaires proprement dites ont été séparées de leur mission de service public, puis confiées (loi 451/1998) à des fondations du même nom chargées de vendre le patrimoine des banques et d'en destiner le revenu aux missions établies par la dite loi, dont la protection du patrimoine et les activités culturelles. Le montant annuel des ressources consacrées par les fondations au secteur culturel – notamment à la restauration du patrimoine, aux expositions d'art et à l'opéra lyrique – approche les 35 à 37 % de leurs donations totales, avec

“Bien que le rôle des financements publics en faveur de ces domaines soit encore prédominant, on a assisté, en Italie, dans les trois dernières décennies, à leur prise en charge croissante par le secteur privé, soit à travers le mécénat, soit en permettant l'accès du secteur privé à la gestion des institutions culturelles publiques.”

une progression rapide de 183 M€ en 2000 à 420 M€ en 2005. La tendance des pouvoirs publics à transférer aux fondations d'origine bancaire une partie croissante de leurs fonctions de service rencontre toutefois un obstacle majeur dans le risque d'accroissement des disparités territoriales. Leur concentration dans le Centre Nord du pays faisant que seulement 4 à 5 % de leurs donations totales sont consacrées aux régions désavantagées du Mezzogiorno.

### LA GESTION PRIVÉE DES INSTITUTIONS CULTURELLES PUBLIQUES

Pour finir, nous évoquerons brièvement les démarches qui ont caractérisé ce que l'on a appelé « le flirt tortueux entre l'État et le secteur privé » en matière de patrimoine, entrepris depuis les années 90 de la part des gouvernements de centre droite, ou des gouvernements de centre gauche<sup>2</sup>.

Le secteur privé a été introduit, pour la première fois, dans les musées nationaux italiens par la loi 4/1993 qui a ouvert la porte aux organisations privées disposées à prendre en charge la gestion des « services auxiliaires » : cafeterias, librairies, produits dérivés, etc. Si cette loi a certainement contribué à la modernisation de structures

“Si le mécénat culturel a continué, malgré tout, à représenter un élément dynamique considérable dans le soutien à la culture au début du XXI<sup>e</sup> siècle, c’est principalement grâce au rôle croissant joué dans notre pays par les fondations d’origine bancaire.”

d’exposition obsolètes, sans toucher néanmoins à l’essentiel des fonctions publiques de valorisation du patrimoine, l’étape suivante, au contraire, avec la loi 85/1995, a porté sur une extension considérable de ces services à des fonctions exercées jusque-là par l’administration, telles que la présentation pédagogique et l’organisation d’expositions. Le Décret législatif (D.L. 368/1998) a ensuite autorisé le ministère des Biens et des Affaires culturelles « à conférer en usage des biens culturels en possession » à des fondations et associations privées, tandis que, ultérieurement, la loi budgétaire 2002, plus indulgente que la précédente, absorbée en 2004 par le nouveau *Codex des biens culturels*, a tout simplement permis au ministère de privatiser les services publics « destinés à améliorer l’accès au patrimoine ». C’est seulement en 2006, pourtant, qu’un amendement au *Codex*

a conduit à un retour en arrière partiel, en limitant cette possibilité au secteur privé « non lucratif ».

Il est à noter, pourtant, que cette législation a été jusqu’ici rarement mise en effet au niveau de l’État. La Fondation du Musée égyptien de Turin – en collaboration avec les pouvoirs locaux et deux fondations d’origine bancaire – reste pour le moment l’exemple majeur. C’est plutôt au niveau des municipalités – musées de Venise, Musée Capitolino de Rome, etc. – que de nouvelles formes de partenariat public/privé ont été le plus souvent expérimentées.

En conclusion, on ne peut manquer de souligner qu’en Italie l’intervention privée dans les domaines du patrimoine et des biens culturels est probablement à la veille d’une forte accélération, qui l’amènera à abandonner toute progres-

sivité et faire un grand saut en avant. La réduction progressive de 923 M€ dans ses allocations budgétaires, pour la période triennale 2009-2011<sup>3</sup>, pour faire face à la crise économique, fait que le ministère des Biens et des Activités culturelles – dont la dotation a été déjà réduite à seulement 1719 M€ pour 2009 – ne sera probablement pas en mesure, en 2011, de disposer du minimum nécessaire à la conservation ainsi qu’à la gestion d’un patrimoine culturel matériel et immatériel aussi étendu que le patrimoine italien. Il n’y a pas lieu d’être optimiste. Faute d’une peu probable marche en arrière, un recours massif au marché sera, dès lors, obligatoire. La création, prochainement, d’une nouvelle Direction générale pour la valorisation, confiée à un ancien manager de la chaîne McDonald’s, va, de toute évidence, dans cette direction.

**Carla Bodo**

Vice-présidente de l’Associazione per l’Economia della Cultura

#### **L’économie de la culture en Italie entre public et privé**

##### **NOTES**

1– Radio Audizioni Italia, groupe audiovisuel public

2– S.Settis, *Italia S.p.A. L’assalto al patrimonio culturale*, ed. Einaudi, Torino 2002.

3– D. La Monica, *2008-2011: i finanziamenti al Ministero per i Beni e le Attività Culturali*, in “Economia della cultura” 4/2008, ed il Mulino, Bologna.

# FINANCEMENT PRIVÉ ET INTÉRÊT PUBLIC AU CANADA

François Colbert

**L'une des inquiétudes fondamentale des managers du domaine des arts, lorsque vient le temps de s'adresser au secteur privé pour financer des projets, est la crainte que le « capital » ne veuille dicter la ligne artistique de l'association. Une autre crainte est que ce même « capital » exige une visibilité qui empiète sur la chose artistique au point de la défigurer. Au cours de mes trente cinq années d'implication dans le monde culturel, je n'ai jamais connu de tels cas.**

## POLITIQUE CULTURELLE ET HISTOIRE

La meilleure façon de comprendre les fondements de la politique culturelle d'un pays est de se référer à son histoire. Le Canada a beaucoup été influencé par les États-Unis, relativement aux pratiques de levée de fonds auprès du secteur privé. Voyons brièvement l'histoire de ces deux pays sur le sujet.

Les Américains se sont affranchis de la tutelle anglaise il y a trois cent ans et ont opté pour un autre modèle de gouvernement que le modèle monarchique. Leur devise aurait pu s'intituler : « Plus jamais de roi ! ». Le pouvoir sur l'éducation, la santé et la culture a été inscrit dans la Constitution comme relevant du niveau local ; le niveau fédéral se réservant, entre autres choses, la défense des frontières. Le pouvoir ainsi octroyé au niveau local implique toutefois que les citoyens ont le devoir de prendre en charge le bien-être de la population pour les trois domaines cités. Aux États-Unis, lorsqu'une communauté désire avoir un hôpital, une école ou un musée, ses citoyens tant les individus que les compagnies se cotisent de façon volontaire et assument les coûts de construction et de maintenance de ces nouvelles entités. C'est de cette façon que sont nées toutes les institutions culturelles américaines,

d'initiatives privées plutôt que publiques. En ce sens, le National Endowment for the Arts (NEA), l'équivalent du Conseil des arts anglais ou canadien, représente une anomalie dans le paysage américain – il y a d'ailleurs toujours quelqu'un au Congrès américain pour réclamer son abolition.

La conséquence de ces trois cent ans d'implication citoyenne dans l'art et la philanthropie font qu'au poste « revenus » dans les budgets des associations artistiques on ne trouve typiquement qu'entre 0 et 10 % de subventionnement des pouvoirs publics. Les recettes perçues par la vente de billets et le mécénat/sponsoring constituent donc 90 à 100 % des revenus. Est-ce que les mécènes et les philanthropes dictent la programmation des musées ou des entreprises de spectacle vivant ? La réponse est « non ». Ceux et celles qui décident d'investir de leur argent dans ces entreprises, le font par amour de l'art ou par intérêt pour une forme d'art en particulier. Les mentalités sont telles que tant le citoyen ordinaire que l'homme d'affaires ont conscience qu'ils doivent redonner à la communauté ce que la communauté leur a donné. Il s'agit ici de la mentalité protestante qui veut que la richesse soit le signe que Dieu vous a élu mais qu'en contrepartie, il vous demande d'aider vos semblables.

## LA SITUATION AU CANADA

La situation au Canada, on le dit souvent, est à mi-chemin entre ce qui se fait aux États-Unis et ce que l'on trouve dans les pays de l'Europe occidentale dont fait partie la France. Encore faut-il distinguer le Québec du reste du Canada. De fait, le Québec a adopté le modèle monarchique à la française en créant un ministère des Affaires culturelles en 1963. D'ailleurs, les fonctionnaires de ce ministère ont, pendant longtemps, fait des séjours plus ou moins prolongés au ministère de la Culture français, en rapportant des idées et des façons de faire qui ont grandement influencé les orientations et pratiques du ministère québécois.

**“Aux États-Unis, lorsqu'une communauté désire avoir un hôpital, une école ou un musée, ses citoyens tant les individus que les compagnies se cotisent de façon volontaire et assument les coûts de construction et de maintenance de ces nouvelles entités. C'est de cette façon que sont nées toutes les institutions culturelles américaines, d'initiatives privées plutôt que publiques.”**

De son côté, le Canada anglais a tracé sa voie en s'inspirant du modèle britannique du *arm's length*, c'est-à-dire d'organismes placés à distance du pouvoir. L'encouragement aux artistes et associations culturelles se fait par le biais de sociétés paragonnementales dissociées du pouvoir politique et jalouses de leur indépendance. Les décisions d'attribution des subsides se font sur la recommandation de jurys de pairs – composition qui change chaque année, de sorte que ce ne soit pas toujours les mêmes qui soient les pairs des autres. Le politique ne se mêle pas de l'attribution des subventions mais, en contrepartie, n'a pas à se faire le porte-parole de « scandales » ou d'indignations publiques lorsque cela se produit, mais, évidemment, cela se produit régulièrement.

Le système des jurys de pairs est si bien implanté dans les mœurs que la communauté artistique s'en fait le défenseur acharné et gare à celui ou celle qui oserait mettre en doute une telle pratique. D'ailleurs, cette même communauté se mobilise, oubliant ses divergences de vue, dès qu'un politique ose remettre en question le bien-fondé du système *at arm's length*. Ce système fait l'affaire des artistes au point que, suite à leurs pressions politiques, le Gouvernement du Québec a créé, en 1992, lors de l'adoption de la politique culturelle du Québec, un Conseil des arts et des lettres calqué sur le modèle fédéral en même temps qu'il modifiait le nom de son ministère pour celui de ministère de la Culture et des Communications (auquel on rattacha plus tard la Condition féminine).

## LA PLACE DU PRIVÉ AU CANADA

La place du secteur privé dans les budgets des compagnies diverge entre le Canada anglais et le Canada français. La mentalité anglo-saxonne fait en sorte que les citoyens à titre privé ou corporatif se montrent plus généreux dans les autres provinces alors qu'au Québec il est encore

ancré dans les mentalités que ce soit l'État qui assume le soutien à la chose culturelle. Il reste que la présence du privé est moins importante au Canada qu'elle ne l'est aux États-Unis. La part des revenus des associations culturelles provenant du secteur privé s'élève à environ 15 % au Québec et 25 % au Canada anglais ; la répartition moyenne des revenus pour les compagnies d'art vivant à l'échelle canadienne est de 40 % de subsides gouvernementales, 40 % perçus en droits d'entrée et 20 % de financement privé.

## LE RÔLE DES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ASSOCIATIONS CULTURELLES

Lorsqu'une proportion élevée des revenus d'une association provient de sources privées, il devient important que l'association se dote de moyens pour assurer cette rentrée d'argent. En Amérique du Nord, les conseils d'administration des entreprises culturelles jouent à ce titre un rôle important.

Formés la plupart du temps de gens d'affaires, ces conseils ont pour rôle principal, outre d'assurer la pérennité de la mission de l'organisation, de solliciter, auprès de leurs pairs du milieu des affaires, des contributions en argent ou en services. Le rôle de gouvernance que devrait jouer le conseil d'administration est souvent mis de côté pour laisser place à la sollicitation. Évidemment, plus la compagnie est prestigieuse, plus les fonds privés sont faciles à trouver. De la même façon, certaines formes artistiques sont plus faciles à vendre que d'autres ; c'est notamment le cas des opéras ou des musées d'art. Par contre, les associations qui se spécialisent dans l'avant-garde éprouvent plus de difficultés. L'art contemporain trouve ses mécènes mais les fonds recueillis sont habituellement moins importants ; pour compenser ce fait, les gouvernements se montrent proportionnellement plus généreux.

Il convient ici de rappeler la distinction entre mécénat et sponsoring. Le mécénat

est un acte gratuit par lequel le mécène donne à l'association, en contre-partie d'une reconnaissance minimale. Il y a des cas où le mécène ne désire pas être identifié ; cette volonté résulte habituellement du fait que le mécène ne désire pas être inondé de sollicitations, ce qui arrive inmanquablement lorsque le nom d'un généreux donateur est médiatisé.

Lorsqu'il s'agit de sponsoring, la règle du jeu devient celle des affaires, l'association se constituant en quelque sorte en média par lequel l'entreprise privée cherchera à atteindre ses propres clients. La négociation se fait alors comme dans toute négociation d'affaires, le commanditaire exigeant toujours plus, l'association refusant d'accorder tout ce que le commanditaire demande. Au final, on en arrive habituellement à un compromis qui satisfait toutes les parties en cause.

Les grandes organisations culturelles ont toutes une unité au sein de l'organisation dont le rôle est de solliciter des fonds auprès des mécènes et des entreprises. Habituellement, la personne qui dirige cette unité est payée un fort salaire car les personnes compétentes et efficaces sont rares ; on se les arrache littéralement. Car, il faut le souligner, le secteur des arts n'est pas le seul joueur sur ce marché ; les institutions universitaires, les centres de recherche et les hôpitaux représentent des causes parfois plus intéressantes ou attirantes pour les mécènes. La cause des enfants malades ou démunis, ou la recherche sur les maladies du cœur attirent plus de sympathie que le financement d'un orchestre symphonique, un théâtre ou un musée, surtout s'il s'agit d'une organisation qui traite d'art contemporain. Ces grandes organisations caritatives ont aussi les moyens de s'assurer les services des personnes les plus compétentes.

Si le soutien du privé à l'art et la culture date de 300 ans aux États-Unis, c'est surtout dans les années 1980 que les divers niveaux de gouvernement au Canada ont commencé à encourager les entreprises culturelles à chercher de nouvelles sources de financement dans

“La crainte de voir le privé dicter les politiques artistiques des associations culturelles a disparu quand on s’est aperçu que mécènes et patrons n’étaient pas prêts à se transformer en directeurs artistiques, et qu’il s’en trouvait même un fort nombre qui sont des passionnés d’art, dans toutes les disciplines, et dans tous les genres artistiques, même pour l’art contemporain.”

le privé. À cette époque, l’endettement public était tel que tous les niveaux de gouvernement devaient soit sabrer dans les dépenses soit limiter la croissance de celles-ci. Bon nombre de nouvelles associations culturelles ne trouvaient pas d’appui auprès du secteur public et celles qui étaient déjà soutenues n’arrivaient pas à faire croître les subsides dont ils bénéficiaient.

Au début de l’ère du privé dans la culture, les associations ont accepté cette solution avec beaucoup de réserves et de réticences. Maintenant, la pratique aidant et les expériences positives s’accumulant, il est devenu naturel de se tourner vers le privé pour trouver les fonds que les gouvernements sont incapables de fournir. La crainte de voir le privé dicter les politiques artistiques des associations culturelles a disparu quand on s’est aperçu que mécènes et patrons n’étaient pas prêts à se transformer en directeurs artistiques, et qu’il s’en trouvait même un fort nombre qui sont des passionnés d’art, dans toutes les disciplines, et dans tous les genres artistiques, même pour l’art contemporain.

**François Colbert**

Professeur titulaire, Chaire de gestion des arts  
Carmelle et Rémi-Marcoux, HEC Montréal

### **MOBEE CULTURE, UNE INITIATIVE DE DÉVELOPPEMENT CULTUREL SOLIDAIRE**

*Mobee culture* est un réseau mutualisé destiné à favoriser les mécénats dans le domaine de la culture initié par l’association *Développement Solidaire*. Il tend à lier les entreprises et les organisations culturelles à but non lucratif via une plate-forme. Les organisations bénéficiaires expriment des demandes correspondant aux besoins de leurs projets. Les entreprises y répondent par leurs offres (apports en compétences via les salariés et retraités de l’entreprise, apports financiers, en nature, en technologie ou en logistique).

*Développement Solidaire* a lancé en 2008 d’autres réseaux thématiques sur l’environnement, les sports et l’entrepreneuriat social. La création de ces réseaux s’appuie sur plusieurs constats : le désengagement de l’État, le rôle accru de l’entreprise comme acteur de la société civile, la volonté des entreprises de renforcer leur RSE (responsabilité sociétale et environnementale), la dissolution du lien social et la nécessité de le consolider, la progression des réseaux dits sociaux sur Internet.

Le réseau *culture.mobee.org* encourage donc les pratiques collaboratives entre les différents acteurs et la mutualisation des moyens, des pratiques, des expériences et des connaissances.

**Pour en savoir plus :** <http://culture.mobee.org/>

# PARTENARIAT PUBLIC/PRIVÉ : UN CHANGEMENT DE PERSPECTIVE

Pascal Brunet, Laurence Barone

**La dimension européenne nous invite à étudier, sous de nouveaux angles, le rapport public/privé dans le secteur de la culture. En effet, l'approche par l'identification des acteurs ou des ressources de ces acteurs ne résiste pas à la diversité des situations européennes, à l'accumulation des particularismes. Ainsi en est-il du rôle des fondations, acteurs plus ou moins importants, plus ou moins nombreux dans les différents champs culturels nationaux. Il semble que l'enjeu pour la culture et le secteur culturel du rapport public/privé soit plus à examiner, au niveau européen, au regard de la prise en compte par l'Union de la dimension transversale de la culture et de son impact sur la définition même d'une politique culturelle comme sur les systèmes d'acteurs et de gouvernance.**

## EUROPE, CULTURE ET RAPPORT PUBLIC/PRIVÉ : LA DIMENSION TRANSVERSALE DE LA CULTURE

L'approche transversale de la culture portée par l'Union européenne demande quelques précisions. Elle suppose tout d'abord que toute action communautaire a une dimension culturelle ou un impact culturel qu'il soit économique, social, environnemental ou de toute autre nature. Elle définit également un nouveau rapport entre le champ de l'intérêt public communautaire et la culture, qui suppose une acception large (ce qui n'est pas sans poser problème) du champ culturel, de sa dimension civilisationnelle à son élargissement au secteur créatif. Elle implique de concilier et conceptualiser des interactions nouvelles prenant en compte, entre autres, le contexte de mondialisation, l'évolution des pratiques culturelles, et l'affirmation de droits citoyens intégrant des droits culturels.

L'évolution en cours des approches liant culture et économie au niveau européen est représentative de ces enjeux. Depuis

2007 et l'adoption de l'Agenda culturel européen, l'Union européenne appréhende tout d'abord le secteur culturel comme un secteur économique à part entière et un secteur économique de poids. Ce secteur y est défini de manière large, un peu déstabilisante d'un point de vue français, intégrant tant les industries créatives que les fabricants de softs et de matériels à utilisation culturelle. Cet Agenda confirme par ailleurs que l'Union voit dans le secteur culturel et créatif un secteur clé d'une économie de la connaissance (secteur intensif en connaissance, producteur de contenus, intégrant une part importante d'activités en lien avec la créativité et fortement lié aux technologies de l'information et de la communication). Conséquemment, il porte une attention particulière à l'entreprenariat culturel et créatif (entre autres principaux acteurs des « nouvelles » économies digitales), ainsi qu'au lien entre culture, éducation et formation. Il rejoint plus largement les politiques engagées depuis les années 1990 autour des technologies de l'information et de la communication.

Cette redéfinition du lien culture et économie au niveau européen porte

par ailleurs des questions plus larges. Notamment, dans un contexte de mondialisation qui a renforcé la nécessité de faire évoluer nos dispositifs de préservation de la diversité culturelle ; comment articuler nos enjeux symboliques (soit reconnaître le statut spécifique des œuvres de l'esprit) avec la multiplication des interactions économiques mondiales (donc, tout en prenant en compte la valeur économique des biens culturels) ? Cette double approche, intégrée mais jamais facilement conciliable, porte aussi en elle-même un changement du rapport public/privé.

**“L'évolution forte des pratiques culturelles, dans leurs transformations par et dans l'utilisation des technologies de l'information, bouscule les rapports entre disciplines et entre acteurs (entre autres entre professionnels et amateurs), créant ainsi de nouveaux cadres d'échanges économiques.”**

De même, l'évolution forte des pratiques culturelles, dans leurs transformations par et dans l'utilisation des technologies de l'information, bouscule les rapports entre disciplines et entre acteurs (entre autres entre professionnels et amateurs), créant ainsi de nouveaux cadres d'échanges économiques.

Enfin, ces interactions modifient le rapport à l'espace privé de l'individu et redéfinissent donc de nouvelles bases pour l'expression de la liberté du citoyen et de sa protection. Ainsi en est-il des débats sur les conditions de l'accessibilité aux savoirs et aux cultures, et la nécessaire protection des droits artistiques et intellectuels.

## EUROPE, CULTURE ET RAPPORT PUBLIC/PRIVÉ : NOUVEAU RAPPORT À LA POLITIQUE CULTURELLE, NOUVEAU RAPPORT AUX ACTEURS ET AUX TERRITOIRES

D'évidence, ces « déplacements » de la prise en compte de la culture dans l'action communautaire changent le jeu politique et l'idée même d'une politique culturelle. En reprenant l'exemple du rapport culture et économie, ces évolutions, qui ne peuvent que s'accélérer (en lien notamment avec les transformations importantes de pratiques de création de contenus ou de diffusion et d'accessibilité à ces contenus posés par exemple par le web 2.0) vont par exemple poser de manière de plus en plus accentuée la question de l'examen et de la recherche de nouveaux modèles économiques ou de nouveaux modes de régulation économique.

L'évolution de l'objet de la politique culturelle au niveau communautaire induit une évolution profonde des acteurs de cette politique : 1) évolution de l'acteur culturel, qui, en tant qu'acteur d'un développement intégré, devient un acteur économique, social, environnemental et citoyen ; 2) participation à

l'action culturelle d'un ensemble large d'acteurs du monde économique, social, éducatif, environnemental, et citoyen ; 3) dépassement de la question de l'utilisateur (public) et du consommateur (privé) par la réaffirmation de la place du citoyen.

De même, elle sous-tend un bouleversement important des rapports entre ces différents acteurs comme des modes de définition et de mise en œuvre de la politique culturelle. En effet, le rapport public/privé ne semble plus opérant comme ligne de tension entre acteurs. L'évolution de l'objet des politiques culturelles implique une nouvelle multiplicité d'acteurs issus de secteur d'activité aux traditions organisationnelles et économiques différentes. Ceci recompose une carte des acteurs plus composite et plus diverse. La politique culturelle ne peut donc plus être uniquement définie et mise en œuvre par les uniques « acteurs culturels » dans un dialogue plus ou moins réussi avec les acteurs politiques. Elle ne peut également se résumer à la simple gestion de leur juxtaposition. Ainsi, la gouvernance des politiques culturelles doit-elle se centrer sur la gestion des interrelations entre cette nouvelle multiplicité d'acteurs. Il devient donc nécessaire de mettre en œuvre une approche systémique se définissant par la participation, la coproduction et l'interaction entre chacun des différents acteurs, permettant la prise en charge collective d'objectifs et de responsabilités partagés.

Une évolution profonde des pratiques professionnelles devient ainsi nécessaire. Les acteurs culturels doivent apprendre à s'intégrer dans des systèmes de gouvernance complexes : 1) permettant de nouvelles pratiques de coopération transversale et intersectorielle entre le secteur culturel et créatif, public comme privé ; 2) développant une capacité de travail en réseau favorisant la prise en compte de l'innovation ascendante ; 3) mettant en œuvre des mécanismes de codécision et de négociation multi-niveaux (collectivités, État, Union européenne) et citoyens ; et intégrés dans des périmètres d'actions cohérents.

**“Le caractère transversal de la prise en compte de la culture au niveau de l'Union européenne, pose de manière radicale un changement de règles dans le rapport public/privé telles qu'elles sont posées au niveau national.”**

La stratégie et les modes d'actions de l'Union européenne ont depuis longtemps considéré les territoires comme le lieu de traduction, d'articulation et de mise au travail de ces enjeux de la transversalité. L'évolution récente des TIC renforce cet aspect par une forte reterritorialisation des réseaux sociaux ainsi que de nouveaux besoins éditoriaux des territoires. Le niveau local, notamment celui des villes, renforce sa pertinence d'espace de recomposition des politiques culturelles, donc du jeu entre acteurs, donc des tensions entre public et privé. La mutation des systèmes de gouvernance que nous évoquions plus avant trouve ici une traduction concrète et urgente.

En conclusion, nous pourrions donc avancer que le caractère transversal de la prise en compte de la culture au niveau de l'Union européenne, pose de manière radicale un changement de règles dans le rapport public/privé telles qu'elles sont posées au niveau national. L'intégration de ce nouveau cadre de référence européen émergent est certainement l'une des questions les plus importantes dans la redéfinition de nos cadres d'actions nationaux, de nouvelles articulations entre les différents acteurs publics, dans la prise en compte de nouveaux acteurs culturels et enfin dans l'émergence d'une demande citoyenne de contrôle de l'action publique que nous ne pouvons plus minorer.

**Pascal Brunet**  
Directeur de Relais Culture Europe

**Laurence Barone**  
Responsable du développement Veille et Lobby,  
Relais Culture Europe

# SmART : UN INTERMÉDIAIRE AU SERVICE DE LA CONSOLIDATION OU DE LA NORMALISATION DES PRATIQUES CULTURELLES ?

Danièle Demoustier

**En Belgique, comme en France, les acteurs culturels ont des statuts particulièrement diversifiés (travailleurs indépendants, petites associations, collectifs, etc.), la créativité s'appuyant sur l'autonomie des artistes qui doivent souvent négocier individuellement leurs interventions. De plus, l'évolution des politiques culturelles, les transformations du statut des artistes (indépendant ou salarié en Belgique, indépendant, salarié, intermittent ou allocataire du RMI en France...) complexifient les démarches administratives qui s'imposent au-delà de l'acte créatif.**

Pour normaliser les situations et pour simplifier les démarches, un effort de professionnalisation est demandé dans la gestion des contrats ; de multiples formes d'accompagnement ou de structuration ont ainsi émergé ces dernières années pour soutenir les artistes et les libérer d'un certain nombre de tâches « extérieures à leur art ». En France, des groupements d'employeurs, des entreprises de travail en temps partagé, des entreprises de portage salarial, des coopératives d'activité et d'emploi, coopératives d'intérêt collectif, etc., entendent, par une offre de services ou de mutualisation volontaire, participer à la structuration, voire à la sécurisation collective des parcours individuels<sup>1</sup>.

En Belgique, l'association de professionnels SmART (acronyme de « Société mutuelle des ARTistes ») née en 1998, a connu un essor fulgurant à partir de la mise à disposition d'un logiciel administratif permettant aux artistes (et à des artisans) de gérer leurs contrats. Sa croissance rapide l'a conduite à transférer ses fonds propres dans une

fondation (SmART be) et à envisager une implantation européenne qui a débuté avec la création de l'UES SmART France<sup>2</sup>.

## D'UNE ASBL À UNE FONDATION

*De l'association Passions Unies à la « société mutuelle d'artistes » SmART*

Issue d'une association, *Passions Unies*, créée à la fin des années 1990 dans le courant des musiques émergentes, l'ASBL SmART naît en 1998, avec 50 membres, pour répondre plus largement aux besoins des artistes, en leur offrant un appui logistique et une représentation dans les débats sur le statut des artistes, alimentés par une forte expertise juridique et comptable. Mais la question de l'assise financière des artistes et, par là même, de leur structure collective, s'est rapidement posée. C'est pourquoi SmART s'est investie dans la gestion des dossiers administratifs et financiers des artistes, en s'appuyant sur un outil informatique performant de suivi des contrats dont la gestion est déléguée à une filiale sous-traitante, la SPRL UBIK.

Ce montage semble correspondre à un réel besoin, car après une seule année d'activité, le nombre de membres s'élevait à 2 500, celui des contrats à 6 700, et le chiffre d'affaires à 5,4 M€.

*Une diversification de structures : associations (ASBL), sociétés commerciales (SPRL)*

La remontée des demandes et l'importance donnée à l'expertise conduisent rapidement l'association à ouvrir des bureaux dans toute la Belgique (4 bureaux en Wallonie, 2 en Flandres) et à compléter son offre de services : information, formation, conseils, soutien à la création, représentation (véritable lobbying), échanges, etc. Pour cela, elle a mis en place un bureau d'études en 2007, ainsi qu'une société de leasing de matériel professionnel.

Cette multiplication de structures associatives et commerciales imbriquées les unes dans les autres, sans véritable transparence comptable et financière, ainsi que le souci de préserver les fonds propres d'un éventuel détournement, ont conduit les promoteurs de SmART

à proposer à l'association le transfert de son patrimoine à une fondation.

#### *Le « redéploiement » par la création de la Fondation SmART Belgique*

L'imbrication des structures autour de l'association SmART a soulevé les critiques des administrations et des experts comptables, l'accusant de manque de transparence et de confusion des rôles. Mais une autre exigence plus interne a été soulevée en ce qui concerne « la sécurisation du patrimoine » : « il faut une structure juridique sans but lucratif sur laquelle personne ne peut prendre le contrôle, qui sécurise et pérennise la patrimoine par son affectation exclusive à la réalisation de buts sociaux qui sont ceux de l'actuelle Asbl SmART<sup>3</sup> ». C'est pourquoi la plupart des activités économiques, ainsi que les fonds propres, ont été transférées à une fondation SmART Be qui « a pour buts désintéressés de soutenir l'exercice des activités artistiques, du travail sur projet ainsi que toutes autres activités intermittentes, en renforçant l'autonomie des artistes et des autres travailleurs concernés par ces activités, en favorisant l'émergence et la professionnalisation de ces activités... Ces buts s'inscrivent dans le cadre de la charte et de la philosophie de SmART Asbl... pour octroyer à SmART Asbl tous les moyens intellectuels, matériels et financiers nécessaires lui permettant d'assumer ses activités telles que mises en œuvre conformément à sa charte » (statuts de la Fondation, 9 juin 2008).

Le but de cette fondation est ainsi présenté comme devant assurer la pérennité des services aux artistes, en soutien à l'association SmART qui lui délègue son patrimoine et ses activités de gestion. C'est alors la fondation qui « concevra, animera et développera des activités qu'elle mènera elle-même ou qu'elle licenciera à des structures créées par elles et dans laquelle elle disposera d'une majorité de contrôle » (statuts). Ainsi peut-on parler d'un « groupe SmART » constitué d'une relation entre l'Asbl et

la fondation, cette dernière contrôlant les différentes activités de gestion de contrats, de projets, de leasing, etc.

### UNE STRUCTURE EN RAPIDE ET FORTE EXPANSION

La Fondation hérite ainsi d'une structure florissante : en quelques années, l'activité, née de la défense puis de la gestion du statut d'artiste salarié, s'est fortement développée, parfois « à marche forcée », que ce soit par le nombre et la diversification des adhérents, la multiplication des activités, alimentant la croissance du budget, du bilan et des salariés.

#### *Une augmentation rapide du nombre d'adhérents*

Les 50 membres du départ, en 1998, sont devenus 20 000 en 2008. L'adhésion à l'association est relativement peu coûteuse (25 euros) et répond à un réel besoin des artistes qui refusent le statut d'indépendant. Ainsi, le nombre d'inscriptions nouvelles est passé de 13 500 en 2006 à 18 000 en 2007, provenant à 57,5 % d'hommes et à 47,5 % de femmes (âge moyen : 34 ans).

Ces inscriptions sont concentrées à hauteur de 80 % sur la Belgique (dont 49 % sur Bruxelles) mais les inscriptions étrangères s'accroissent (environ 10 % de France). De même, les artistes ne sont pas les seuls à bénéficier de cet intermédiaire de gestion : 38 % des

membres ne sont pas des artistes mais occupent d'autres professions réputées « indépendantes » tels des artisans (ex ferronniers) ou des professions libérales (ex architectes).

Le nombre des contrats facturés suit cette progression : de 21 000, en 2003, il est passé à 34 600 en 2004, 45 450 en 2005, 57 700 en 2006 pour atteindre plus de 84 000 en 2007.

Néanmoins, la régularité des membres est à relativiser, en termes de liens avec la structure ou avec l'activité artistique : ainsi, sur les 20 800 membres inscrits fin juin 2008, seuls 60 % avaient eu au moins un contrat validé au cours des deux dernières années. De plus, la prestation moyenne reste modeste : le contrat moyen (toutes charges comprises) s'élève à 525 euros et le projet moyen à 764 euros ; ce qui correspond donc à des prestations de courte durée. Pour se développer, la structure est donc conduite à diversifier les services offerts et à s'étendre géographiquement pour à la fois fidéliser et élargir son public.

#### *Une diversification des activités*

Née d'une association de représentation et de défense des artistes, SmART a fortement accentué son offre de services par :

- le perfectionnement de l'outil informatique qui a permis d'« industrialiser » la gestion des contrats « paie » et simplifier la déclaration électronique des artistes ;

“En Belgique, l'association de professionnels SmART (acronyme de « Société mutuelle des ARTistes ») née en 1998, a connu un essor fulgurant à partir de la mise à disposition d'un logiciel administratif permettant aux artistes (et à des artisans) de gérer leurs contrats.”



© ALICE-ANNE JEANDEL

la prise en charge de cette fonction administrative intermédiaire est rétribuée à la structure par un prélèvement de 4,5 % du montant de la facture ;

- l'introduction du principe du « tiers payant » qui permet à la structure de faire une avance de trésorerie, moyennant un prélèvement de 2 % affecté à un fonds de garantie ;
- l'accompagnement des professionnels, par des sessions d'information et de formation ; par des conseils administratifs et juridiques ; des temps d'échanges (tels le SmART Day) ;
- la recherche, par la création d'un bureau d'études qui analyse l'environnement des artistes et l'évolution du secteur culturel ;
- l'appel à des experts externes : juristes, fiscalistes, etc.
- la création de services complémentaires, tels un service leasing de matériels professionnels, et de nouvelles sociétés commerciales à côté de UBIK (Remacle costume, SmART Immo, Studio RVB, SmART FR<sup>4</sup>).

Enfin, ces fonctions d'intermédiaire administratif, de banquier et d'assureur des artistes, sont complétées par l'introduction d'une fonction de « production » : à partir de 2004, SmART a créé un service de gestion directe de « projets » : SmART est alors employeur direct des artistes qu'elle salarie, en allant chercher des financements, les droits d'auteur, etc. Près de 10 000 projets ont ainsi été financés en 2007. De plus, SmART soutient, en collaboration avec certaines associations, l'organisation de résidences d'artistes à l'échelle internationale.

#### *Une forte croissance de la structure*

Cet enrichissement des activités a nourri la croissance du chiffre d'affaires, de plus de 40 % par an depuis 2005. Le budget géré, via l'intermédiaire de SmART, par les artistes s'est élevé à 46,500 millions d'euros en 2007 et la prestation de services de SmART à 2,2 millions d'euros (à hauteur de 4,5 % des factures + 2 % prélevés en fond de

garantie salarial). Cet essor s'est appuyé sur une croissance des effectifs salariés de SmART qui ont doublé entre janvier 2005 (28) et juin 2008 (56). Il a alimenté la croissance du bilan (de 8,5 à 13 millions d'euros entre 2006 et juin 2008), notamment grâce aux réserves disponibles, issues du fonds de garantie automatiquement remonté en fonds propres (2 sur 6,5) qui s'ajoutent aux excédents et aux provisions.

### DE LA MUTUALISATION À LA CONCENTRATION

Cette évolution juridique, structurelle, économique et financière interroge la nature de cette structure, pensée à l'origine comme une association d'artistes (défense, mutualisation) et transformée progressivement en une entreprise prestataire de services à un public de plus en plus diversifié. Elle interroge la place laissée aux artistes, la répartition des pouvoirs et la logique d'expansion.

*Les artistes : d'adhérents à clients ?*

À l'origine de la première association *Passions Unies*, les artistes ont été mobilisés comme adhérents de l'association. C'est encore le cas dans l'Asbl SmART qui continue de jouer un rôle de représentation et d'animation de la vie culturelle. Cependant, le passage à la Fondation semble déposséder les artistes de la gestion (ou du moins du contrôle) des services qui leur sont offerts. La composition du conseil d'administration de la fondation en est un révélateur : le nombre d'*administrateurs* issus de l'association SmART doit être égal à celui des *directeurs* des structures filiales et de l'association ; ils sont accompagnés d'administrateurs statutaires que sont les deux fondateurs et d'administrateurs indépendants en tant que personnes qualifiées. La distance s'accroît donc entre l'artiste de base et la structure de gestion, renforçant probablement la volatilité des adhérents et leur attitude consumériste.

*De l'association à la fondation : une concentration des pouvoirs ?*

La diminution du nombre d'administrateurs et le renforcement de la cooptation au sein du CA représentent un recentrage du pouvoir entre quelques mains. L'argument du non dévoiement des objectifs de l'association semble un moyen pour renforcer l'autorité des deux fondateurs : nommés administrateurs statutaires et membres de droit du CA, à parité avec deux administrateurs supplémentaires de l'association SmART, ils sont, dès la création de la Fondation, désignés comme administrateurs délégués à la gestion « pour une durée égale à leur mandat d'administrateur » c'est-à-dire « pour une durée indéterminée » (statuts de la fondation).

## L'EUROPÉANISATION : PARTENARIAT OU FILIALISATION ? EXEMPLE DE L'UES SmART FRANCE

Dès son origine, SmART s'est positionnée sur une vision européenne. L'expansion géographique déborde aujourd'hui de l'espace belge (wallon et flamand). Compte tenu du nombre de comptes détenus par des Français, la Fondation a décidé d'ouvrir une antenne en France ; mais en l'absence de statut de fondation européenne, elle a choisi de construire la structure française sur la base de partenariats et d'un statut d'économie sociale. Ainsi l'Union d'Économie Sociale (UES) SmART France a été construite par la jonction entre la fondation SmART Be et plusieurs associations françaises déjà actives : *AGECIF/InterCachet* et *Caramba Spectacles* à Paris ; *Multicité/les Oiseaux de Nuit/Art Scène Bulletin* à Arras ; *Illusion et Macadam* à Montpellier. Mais il semble que le schéma choisi est une transposition du modèle belge : différents services (représentation, gestion de contrats, production de spectacles, autres projets), fonds de garantie, correspondants régionaux. L'alliance avec des acteurs nationaux ne semble pas correspondre à une appropriation nationale mais plutôt à une transposition des activités, avec un fort contrôle de la maison-mère.

Après une dizaine d'années de fonctionnement et de transformation, SmART est aujourd'hui constituée du couple Association-Fondation, avec un fort transfert d'activités et de moyens financiers de l'une à l'autre. La nature et le rôle de cette nouvelle structure dans un secteur aussi éclaté et précaire que la culture sont mis en question : cumule-t-elle les

fonctions de syndicat (représentation et défense), d'association (mutualisation entre artistes), d'entreprise mandataire (par gestion de contrats) et prestataire (comme employeur direct) ?

Son implication tous azimuts dans la définition des politiques culturelles, dans la gestion des contrats culturels et dans l'offre de services aux artistes interroge ses capacités de développement et ses perspectives d'avenir et suscite des craintes dans les milieux syndicaux mais aussi parmi les sociétés d'intérim qui y voient un « concurrent déloyal ». S'agit-il d'une gestion des transitions professionnelles pour des artistes ou artisans débutant qui trouvent, dans ce mode de gestion des contrats, une aide temporaire à leur installation ? S'agit-il plutôt d'un intermédiaire puissant dans un milieu éclaté, d'une nouvelle forme d'entreprise d'interim qui s'impose comme un acteur incontournable de la « triangulation » de ce rapport d'emploi ?

Enfin, s'agit-il plus globalement d'un nouveau modèle d'intégration-normalisation de la gestion de la culture, à l'image – mais plus concentrée – du secteur de l'aide à domicile qui combine des structures mandataires (simples intermédiaires administratifs) et prestataires (employeurs directs) ? L'évolution d'une telle structure est particulièrement intéressante à suivre pour analyser les nouvelles formes de gestion de l'emploi, dont la culture ou l'aide à domicile peuvent préfigurer les modalités à venir.

**Danièle Demoustier**  
ESEAC – IEP Grenoble

**SmART : un intermédiaire au service de la consolidation ou de la normalisation des pratiques culturelles ?**

### NOTES

1- Voir « Nouvelles organisations du travail dans les secteurs culturels. Les clefs », INNEF, 2008.

2- Cet article est documenté par le site de SmART Be, et surtout par le rapport de gestion/administration de L. Ribault et C. Scohier, « SmART : un terrain d'expérimentation pour une nouvelle économie de la culture ? », Master Direction de projets culturels, Observatoire des politiques culturelles, Grenoble, janvier 2009.

3- Site Internet de SmART Asbl.

4- Dont nous reparlerons en 3<sup>e</sup> partie.

# LE MÉCÉNAT D'ENTREPRISE

Jacques Rigaud

**Lorsqu'il y a près de trente ans, à la fin de 1979, nous avons, à quelques-uns, décidé, en créant l'ADMICAL (association pour le développement du mécénat industriel et commercial) de susciter, en France, un mouvement en faveur du mécénat d'entreprise dans le domaine culturel, le moins que l'on puisse dire est que cette initiative fut accueillie fraîchement.**

Le ministère de la Culture, à l'occasion d'une Année du patrimoine, s'employait à susciter lui-même, mais pour son propre compte des contributions d'entreprises ; les milieux culturels, qui déploraient l'insuffisance des efforts budgétaires publics, craignirent aussitôt que l'État veuille se désengager du fardeau de la culture ; le spectre du « grand-capital-étouffant-la-crétion » ne tarda pas à être brandi. On entendit même un grand metteur en scène de théâtre proclamer qu'il préférerait à l'argent privé « l'argent *blanchi* par la République ».

Il est utile de commencer par ce rappel alors qu'aujourd'hui, le mécénat d'entreprise est parfaitement admis et que le seul reproche qu'on lui fait dans les milieux qui en sont bénéficiaires est plutôt de n'être pas suffisant pour répondre à toutes les demandes. Le mécénat d'entreprise est reconnu comme l'une des formes du libre engagement de la société civile en faveur du bien commun.

À l'origine, nous ne songions qu'au mécénat culturel, en partant de l'idée que la politique culturelle, engagée depuis les débuts de la V<sup>e</sup> République, allait créer des besoins et susciter des attentes que ni les fonds publics, ni le marché ne suffiraient à satisfaire, et que d'ailleurs il ne serait pas sain que tout relevât des fonds publics et du marché. L'implication, dans ce domaine, des collectivités territoriales paraissait une des voies de développement et les lois de décentralisation,

intervenues à partir de 1982, ont joué en ce sens ; mais il s'agissait toujours de fonds publics. Notre intuition était que le mécénat d'entreprise, sans se substituer aux fonds publics et aux ressources du marché qui sont et doivent demeurer les deux sources principales du financement de la culture, pourrait corriger, au moins à la marge, les risques politiques et bureaucratiques des financements publics ainsi que la brutalité et l'impératif du court terme et de la rentabilité du marché. Tout le problème était de convaincre les entreprises qu'en plus du parrainage ou « sponsoring », opération de nature ouvertement commerciale que certaines pratiquaient déjà, notamment dans le domaine du sport, le mécénat proprement dit aurait au moins des effets positifs sur l'image de l'entreprise, comme le prouvaient maints exemples de pays où l'intervention de l'État est moins voyante et souvent moins forte qu'en France.

Très vite, les résultats ont été encourageants, et des entreprises publiques comme EDF et la Caisse des dépôts, ou privées comme IBM, Vuitton et le Crédit agricole se sont engagées dans le mécénat. Il faut dire que nous avons été servis par les circonstances. L'alternance politique de 1981 a entraîné une relance de la politique culturelle, avec un doublement de son budget, prouvant ainsi que l'État ne se désengageait pas. Les entreprises, alors méconnues et critiquées par les nouveaux responsables politiques, ont compris qu'elles devaient avoir des poli-

tiques de communication plus offensives et que leur engagement dans le mécénat leur permettrait de se positionner autrement. Les milieux culturels ont commencé à comprendre que des partenariats bien organisés avec des entreprises ne porteraient nullement atteinte à leur liberté, mais la renforceraient par la pluralité des financements.

Nous étions conscients que le système juridique et fiscal français, complexe, rigide et mal connu était aussi peu favorable que possible au développement du mécénat ; mais nous nous sommes refusés délibérément, dans un premier temps, à solliciter quoi que ce soit de l'État, choisissant de prouver d'abord le mouvement en marchant, avant de demander aux pouvoirs publics d'en tirer toutes les conséquences en termes de

**“Notre intuition était que le mécénat d'entreprise, sans se substituer aux fonds publics et aux ressources du marché qui sont et doivent demeurer les deux sources principales du financement de la culture, pourrait corriger, au moins à la marge, les risques politiques et bureaucratiques des financements publics ainsi que la brutalité et l'impératif du court terme et de la rentabilité du marché.”**

“Si le mécénat est un vrai partenariat, et pas seulement un flux financier, il met l’entreprise en présence de problématiques, de situations, d’opérateurs que l’entreprise découvre dans ces occasions et qui élargissent son horizon et lui font découvrir des situations, des méthodes, des problèmes qu’elle ignorait.”

statut légal du mécénat. En outre, nous avons constaté assez vite que les entreprises ne s'intéressaient pas seulement aux activités culturelles et que notre argumentaire sur les bienfaits du mécénat pour l'entreprise elle-même valait également en ce qui concerne l'action humanitaire et plus généralement pour tout ce qui a trait à la solidarité, puis à la recherche ou à l'environnement. Elles souhaitaient qu'ADMICAL les accompagne dans ces développements, ce que nous avons volontiers accepté, devenant ainsi un club d'entreprises mécènes tous secteurs confondus : carrefour, lieu de réflexion et d'échange entre entreprises et bénéficiaires du mécénat, base de données sur le mécénat, interlocuteur reconnu des pouvoirs publics, nous avons pu ainsi contribuer à l'acclimatation du mécénat d'entreprise en France et obtenir qu'il soit enfin doté d'un statut moderne. Une loi de 1987 reconnaît pour la première fois de façon expresse le mécénat. Une loi de 1990 fait droit à notre revendication d'un statut plus léger pour les fondations d'entreprise. Enfin, à la suite des propositions formulées lors de nos Assises de Lyon en 2002, une loi du 1<sup>er</sup> août 2003 donne au mécénat un vrai statut juridique et fiscal, en doublant au minimum les avantages fiscaux consentis tant aux particuliers qu'aux entreprises ; cette loi consolide le statut des fondations d'entreprise et des mesures pratiques prises en accord avec le Conseil d'État rendent plus aisée la création de fondations d'utilité publique.

## BILAN D'ÉTAPE DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE

Ce rappel historique étant fait, il importe de dresser un bilan d'étape du mécénat d'entreprise et d'en souligner les grandes lignes telles qu'elles résultent d'une expérience de près de trente ans.

**1.** Le mécénat d'entreprise, comme toute forme de mécénat, est par nature un libre engagement. Nul n'est tenu d'être mécène. Une entreprise qui s'en-

gage dans le mécénat choisit librement le niveau de son engagement financier, le ou les secteurs d'intervention et la nature des aides qu'elle décide d'apporter, en argent, en nature ou en compétences, ainsi que la durée de son engagement, soit d'une manière générale, soit à l'égard d'un bénéficiaire donné.

**2.** Le mécénat d'entreprise n'est pas et ne saurait être de la philanthropie, quelles que soient les motivations personnelles et même intimes des responsables de l'entreprise. Il faut se rappeler que tout mandataire social doit pouvoir prouver à ses actionnaires, au fisc et éventuellement à un juge que toutes les sommes qui lui ont été confiées ont été utilisées par lui ou sous sa responsabilité dans l'intérêt bien compris de l'entreprise, faute de quoi il s'agit d'un abus de biens sociaux, qui tombe sous le coup de sanctions pénales.

**3.** La plupart des expériences montrent que les entreprises n'ont guère de mal à comprendre et à prouver que l'engagement mécénal est effectivement conforme à leur intérêt bien compris, non seulement en termes d'image et de politique de communication, mais parce que cet engagement, s'il est bien expliqué en interne, renforce le sentiment d'appartenance du personnel à l'entreprise, surtout si, d'une manière ou d'une autre, ce personnel est impliqué dans sa mise en œuvre. En outre, si le mécénat est un vrai partenariat, et pas seulement un flux financier, il met l'entreprise en présence de problématiques, de situations, d'opérateurs que l'entreprise découvre dans ces occasions et qui élargissent son horizon et lui font découvrir des situations, des méthodes, des problèmes qu'elle ignorait.

**4.** Le mécénat n'a pas pour vocation de compenser les insuffisances ou les carences des financements publics, notamment en matière culturelle. Une entreprise peut choisir librement d'accompagner ou de compléter un financement public, pour une opération ou une institution déterminées, mais ce n'est jamais une obligation. Elle peut aussi choisir d'aider un créateur, une compagnie théâtrale, un ensemble musical sur

un projet déterminé, voire de donner sa première chance à une initiative culturelle tellement originale ou novatrice qu'elle ne répond à aucun des critères des subventions publiques ; de nombreux exemples de ce genre montre que c'est peut-être là que le mécénat d'entreprise est le plus utile. C'est aussi le cas dans le « mécénat croisé », à la fois culturel et social qui vise par exemple les pratiques culturelles de populations fragiles (handicapés, personnes âgées, victimes de l'exclusion, etc.)

**5.** De plus en plus, le mécénat est conçu par les entreprises qui s'y engagent comme un choix stratégique. Par définition marginal, en quantité et en qualité par rapport aux missions que l'entreprise tient de sa raison sociale, il est pour elle l'occasion d'une réflexion sur son identité propre et son rapport à la société qui l'environne. Il implique donc une inscription dans le long terme, le plus souvent par la création d'une structure ad hoc, distincte de la gestion ordinaire de l'entreprise ; c'est ainsi que, depuis la loi de 2003, plus de 360 fondations ont été créées par des entreprises, dont 222 fondations d'entreprise, 15 fondations d'utilité publique et 89 fondations sous égide (Fondation de France ou Institut de France). À l'égard d'un bénéficiaire déterminé, une entreprise peut choisir de s'engager par une convention pluri-annuelle.

**6.** Le mécénat est de plus en plus sans frontières : des entreprises étrangères font du mécénat en France et des entreprises françaises à l'étranger.

**7.** La crise financière actuelle n'est évidemment pas sans incidence sur le mécénat d'entreprise, mais il semble qu'elle incite les responsables à plus de sélectivité sans remettre en cause le principe de l'engagement. Enfin, pour l'année 2008, ADMICAL et l'Institut CSA évaluent le montant du mécénat d'entreprise à 2,5 milliards d'euros (soit plus du double par rapport à la période d'avant la loi de 2003), dont un bon tiers (37 %) pour la culture.

*Jacques Rigaud,  
Ancien président de l'ADMICAL*

# LE MÉCÉNAT À L'ÉPREUVE DES PEURS, DES CROYANCES ET DES REPRÉSENTATIONS

Fabienne Huré

**Les rencontres, articles, ouvrages... consacrés au mécénat concourent à produire un discours dominant très optimiste, parfois lyrique. Est-ce parce qu'il est trop généralisant ? Les entreprises seraient chaque jour plus nombreuses à pratiquer le mécénat. Mais de quelles entreprises et de quel mécénat parle-t-on ? Les Français seraient réconciliés avec l'entreprise, qu'ils considéreraient comme un acteur de la société tout aussi légitime que les autres. Est-ce tant le cas ? Si les chiffres attestent, certes, que le mécénat culturel connaît un essor, il convient toutefois d'en nuancer le succès et la facilité.**

Secrétaire générale de la Scène Nationale Évreux Louviers de 2003 à 2008, j'ai créé et animé pendant trois ans un club des partenaires qui rassemblait, à mon départ, une vingtaine d'entreprises apportant quelque 75 000 euros (en numéraire et en nature) par saison. J'ai pratiqué ce qu'on appelle le mécénat de proximité et, au contact, très majoritairement, d'artisans-commerçants et de PME-PMI, j'ai pu constater combien les freins, les obstacles au mécénat étaient encore légion. Dans les esprits principalement. Je veux parler ici de la dimension irrationnelle, des croyances et des représentations, des peurs qui font obstacle à la relation, le postulat étant posé au préalable que le mécénat est avant tout une affaire de relation, de rencontre puis d'engagement entre deux parties prenantes et que la condition même de son succès interdit de le considérer comme une transaction marchande basique entre un acheteur et un vendeur.

Parlons d'abord du terme « mécénat », que j'ai dû apprendre à manier avec précaution, finissant le plus souvent par lui préférer le terme moins intimidant de *partenariat*. Si la signification de mécénat, tel qu'il se pratique aujourd'hui, est le plus souvent comprise des grandes

entreprises, le terme peut faire peur et provoquer des réactions défensives. « Je ne suis qu'une petite entreprise », « Je ne suis pas Crésus » sont des propos que j'ai plusieurs fois entendus. Ne laissent-ils pas supposer que le mécénat est resté associé, dans les représentations, à la richesse, à la puissance et à la générosité désintéressée, alimentant la croyance qu'il ne peut pas concerner « les plus petits » ? Le dictionnaire Larousse n'indique-t-il d'ailleurs pas que « le nom de *mécène* est resté synonyme de protecteur généreux et éclairé des arts et des lettres » ?

Toujours du point de vue des entreprises, l'offre de la Scène Nationale a été maintes fois comparée – souvent à son détriment, du moins au début – à celles des clubs d'entreprises fondés par le Palais des Congrès, quand ce n'est pas à l'association locale de basket. S'il est exact que les grands groupes, dans leur majorité, se sont appropriés le mécénat depuis longtemps et en ont compris les enjeux en termes d'image et de communication institutionnelle, ce fut plus rarement le cas de mes interlocuteurs implantés localement. La législation leur était inconnue 8 fois sur 10, et les arguments en faveur du mécénat (image externe, image interne,

rencontre sur des valeurs communes) ne pesaient pas lourd. Plus habitués à pratiquer le sponsoring, et donc à obtenir des contreparties significatives en places et en encarts publicitaires, mes interlocuteurs ont fréquemment trouvé mon offre « bien pauvre » en comparaison. « J'ai un commerce à faire tourner », « J'ai des objectifs [de vente] à tenir » sont des réponses plusieurs fois entendues de la part de personnes davantage à la recherche de retombées commerciales à court terme, et dubitatives quant à l'intérêt de travailler leur image. Lorsqu'elles étaient sensibles aux enjeux d'image, l'association avec l'image de la Scène Nationale a représenté à plusieurs reprises un risque que tous n'étaient pas prêts à prendre.

## LA CULTURE DU QUESTIONNEMENT, PARENT PAUVRE DU MÉCÉNAT

On en vient au risque que le mécénat culturel peut représenter. Les chiffres 2008 publiés par l'Admical-CSA montrent que celui-ci a énormément progressé, et c'est tant mieux. Mais de quelle « culture » parle-t-on ? Le terme est polysémique, on le sait, et embrasse

“La peur de perdre des financements publics, vécus, comme un gage de pérennité d’une part et possédant une forte valeur symbolique d’autre part, demeure très forte. À montant égal, l’argent privé reste perçu comme ayant moins de prix que l’argent public, qui a également valeur de reconnaissance.”

aussi bien le champ des musées, des bibliothèques que celui du spectacle vivant, pour ne citer que ceux-là, tout comme il renvoie indifféremment à la « culture du questionnement » ou à la « culture du divertissement ». Or, l’expérience vécue à la Scène Nationale Évreux Louviers m’a appris que lorsqu’il s’agissait de défendre un projet axé sur le spectacle vivant « de questionnement », c’est-à-dire sur des formes questionnant les codes esthétiques, les codes moraux, l’ordre social dominant, et vécues de prime abord comme difficiles d’accès, élitistes, et pour certains « barbantes », on se heurtait à bien des résistances. Pour résumer, lorsque la culture est investie, puis que le spectacle vivant est investi, les entreprises tendent dans leur majorité à se tourner davantage vers des formes rassurantes comme la chanson ou la musique classique que vers les formes contemporaines du théâtre, de la musique ou de la danse.

Quant au porteur de projet culturel, il n’est pas moins habité par des croyances, des représentations et des peurs, qui peuvent elles aussi venir fragiliser la relation de mécénat. Le club des partenaires de la Scène Nationale Évreux Louviers aurait-il vu le jour, si une soudaine baisse de subvention de 80 000 euros n’avait pas rendu sa création, peut-être pas absolument nécessaire, mais en tous les cas, très bienvenue ? La décision d’aller au

devant des entreprises était-elle alors motivée par le besoin ou par le désir ? Sans désir sincère de rencontrer l’autre, pas de relation véritable, profonde et durable. Qu’en est-il aujourd’hui du désir du porteur de projet culturel de rencontrer véritablement l’entreprise ? Ma pratique à la Scène Nationale et, désormais, en tant qu’accompagnatrice de projets et formatrice m’a fait et me fait toujours constater combien la relation aux entreprises demeure ambivalente. Le désir de s’inscrire en faux contre les excès de la société de consommation, contre une économie vécue comme cynique, peu respectueuse de l’Homme et de son environnement, appelle fréquemment, au pire à condamner sans nuance, au mieux à préférer s’abstenir de « pactiser » avec une entreprise vécue comme l’incarnation de toutes les dérives. Inutile de dire que la survenue de la crise financière et le feu nourri médiatique contre les « patrons-voyous » ne contribuent pas à désamorcer cette représentation, trop généralisante, parce que logeant sans distinction toutes les entreprises à la même enseigne, mais qui reste encore très ancrée. Mais lorsque la défiance à l’encontre de l’entreprise est surmontée, une autre crainte surgit fréquemment, qui pourrait s’exprimer ainsi : « si mes tutelles actent que j’ai trouvé 15 000 euros en mécénat, ne seront-elles pas tentées de diminuer ma subvention d’autant ? » La peur de

perdre des financements publics, vécus, comme un gage de pérennité d’une part et possédant une forte valeur symbolique d’autre part, demeure très forte. À montant égal, l’argent privé reste perçu comme ayant moins de prix que l’argent public, qui a également valeur de reconnaissance.

#### LE TEMPS ET LA PÉDAGOGIE : DE PRÉCIEUX ALLIÉS

Que l’on se rassure toutefois, la relation de mécénat n’est pas impossible pour autant ! Prendre conscience des croyances, des représentations, des peurs à l’œuvre – je ne peux pas toutes les décrire ici – constitue déjà un premier pas pour les dépasser et œuvrer à un rapprochement sincère. L’expérience m’a démontré qu’il convenait également de lutter contre ce que j’appelle « la dictature du court terme », à laquelle n’échappe hélas pas la sphère culturelle, le « j’en ai besoin pour demain » ! Pour les raisons décrites plus haut, parce que l’entreprise et le porteur de projet évoluent dans des cadres de référence aux antipodes l’un de l’autre, il est impératif de savoir se donner le temps nécessaire à l’apprivoisement réciproque, le temps de comprendre et d’accepter le fonctionnement et les motivations de l’autre, le temps de la pédagogie, de la sensibilisation au mécénat tant auprès des équipes internes que du tissu écono-

mique local. On ne développe pas un club des partenaires en trois mois, du moins pas si l'on souhaite le faire exister dans la durée.

La question des moyens humains à affecter au mécénat s'avère également fondamentale. On n'entre pas en relation avec une entreprise comme on dépose un dossier de subvention. La démarche exige que l'on prenne son temps, donc, mais également que l'on donne de son temps, que l'on s'implique. Sachant qu'à court terme, les apports en mécénat ne peuvent qu'avec peine couvrir les dépenses engagées, un théâtre, un lieu, une compagnie sont-ils prêts à dégager et à financer le mi-temps (voire le temps plein, selon la taille et la stratégie de la structure) nécessaire à la réflexion, à l'élaboration d'une « offre de mécénat », puis, très concrètement, à la prospection des partenaires, à l'entretien de la relation avec chacun ? La personne chargée des partenariats, si elle n'est pas au préalable issue d'une école de gestion ou de commerce, est-elle prête à se former au vocabulaire de l'entreprise, à suivre l'actualité économique en général et à s'intéresser sincèrement à l'actualité, en particulier celle qui concerne ses partenaires acquis ou potentiels ? Le directeur d'un lieu, l'artiste à la tête d'une compagnie sont-ils prêts à s'investir en personne auprès de leurs interlocuteurs « privés » ? Car le mécénat étant avant tout affaire de rencontre, qui mieux que le directeur ou l'artiste est à même d'incarner un projet et susciter le désir d'y adhérer durablement ?

## UNE EXPÉRIENCE DE MÉCÉNAT CROISÉ QUI POSE QUESTION

Le reste est ensuite affaire de stratégie, laquelle s'élabore à chaque fois différemment, selon la nature du projet artistique et culturel à défendre, le territoire qui l'accueille, l'éventuel environnement concurrentiel, la singularité des acteurs économiques, leur degré de connaissance et de pratique du mécé-

nat... et le hasard des rencontres. Pour exemple, la stratégie de la Scène Nationale Évreux Louviers s'est déclinée en deux temps. Le bon sens nous a d'abord dicté de nous adresser aux entreprises « amies » (une librairie, un restaurant, un journal, la régie de transports en commun...) ou évoluant déjà dans notre sphère (les fournisseurs). Invitées à soutenir le projet artistique et culturel de la Scène Nationale dans sa globalité, huit entreprises ont répondu à l'appel. Puis, nous avons engagé une réflexion sur la manière d'entrer en relation avec les entreprises ne connaissant ni le mécénat, tel que la loi le définit aujourd'hui, ni (ou très partiellement) le projet et la vocation de la Scène Nationale. Cela s'est traduit par la mise en place d'une collaboration avec les trois Rotary clubs d'Évreux, principalement fréquentés par des chefs d'entreprise, des cadres supérieurs et des professions libérales. Cette initiative a permis, d'une part, d'organiser pendant deux ans plusieurs conférences de sensibilisation au mécénat et d'explication du projet de la Scène Nationale, en direction du milieu économique. D'autre part, elle s'est concrétisée par la création d'une opération annuelle de « mécénat croisé », qui a consisté à co-programmer chaque saison un grand concert classique, dont la moitié de la recette est reversée à une cause défendue par les Rotary clubs : la vaccination pour l'éradication de la polio.

La caution apportée à la Scène Nationale par le Rotary club dans le milieu économique a produit un effet accélérateur, et un bouche-à-oreille qui a favorisé le ralliement de quelque 15 nouvelles entreprises. Le succès financier a été certes incontestable, et cette opération nous a permis de « coincer le pied dans la porte » d'entreprises qui nous étaient jusque-là fermées. Mais elle mérite toutefois d'être questionnée. Qu'est-ce qui a déclenché le passage à l'acte des entreprises ? Le sentiment de faire une bonne action en soutenant la vaccination pour l'éradication de la polio ? Ou le projet artistique et cultu-

rel de la Scène Nationale ? Force est d'admettre que rallier le Rotary club sur une proposition artistique autre qu'un grand concert classique « sage » s'est vite avérée chose impossible, malgré nos tentatives. La programmation, la deuxième année, d'un concert aux accents contemporains, *Via Crucis* de Franz Liszt, dirigé par Laurence Equilbey, a reçu un accueil très tiède de la part du Rotary, imposant à la Scène Nationale de revenir à une proposition plus consensuelle l'année suivante. Cette proposition est-elle arrivée trop tôt ? Possible. Le temps, toujours le temps... La Scène Nationale pourrait-elle parvenir, en misant sur le long terme et la pédagogie, à convaincre ses mécènes de soutenir en nombre les formes les plus contemporaines ? Il est encore trop tôt pour le dire. Mais on rejoint là une question fréquemment posée par les porteurs de projet culturels : qu'advierait-il de la création contemporaine dans le spectacle vivant si le mécénat devenait prépondérant dans le financement de la culture ?

**Fabienne Huré**

*Accompagnement individualisé, conseil et formation au mécénat des porteurs de projets artistiques et culturels*

# LES FANTASSINS DU MÉCÉNAT CULTUREL

François-Xavier Tramond

**Le mécénat culturel est l'une des expressions les plus abouties de la liberté d'entreprendre. Tout l'enjeu est de lui donner du sens pour qu'il contribue au bon déroulement de l'entreprise, tout en participant à la cohésion culturelle et sociale de la cité.**

## DES CRÉATEURS ARTISTES ET DES CRÉATEURS CHEFS D'ENTREPRISES

Je suis convaincu qu'il n'y a pas deux mondes étrangers, celui des entreprises et celui de la création artistique. Il n'y en a qu'un, celui dans lequel nous vivons et que nous choisissons de construire. Le génie de la création et de l'innovation, le goût du risque et le désir de réussite sont autant de valeurs chevillées au cœur de tous les artistes et de tous les créateurs d'entreprises.

Les chefs d'entreprises sont souvent des hommes et des femmes cultivés. Ils savent combien la musique, le théâtre, la littérature, la peinture sont sources d'imagination, d'idées et d'enrichissement dans tous les sens du terme. Ils savent combien leur créativité et leur ingéniosité leur permettront de trouver des solutions, quand les lois, les banques ou les assureurs ne suffiront plus...

**“Le mécène n'a pas intérêt à s'immiscer dans le contenu de l'œuvre, il y perdrait sa légitimité ; en revanche, il aura pleinement intérêt à accompagner le projet dans son déploiement, sa réalisation et sa valorisation.”**

Une des spécificités microéconomique majeure de la vie artistique est son incapacité intrinsèque d'autonomie financière<sup>1</sup> : la subvention est indispensable. C'est un système de subvention publique qui a été choisi en France. À la marge de la force d'un tel choix, se trouve la difficulté de dialogue, entre le monde des entreprises et celui de la culture. Habitué à la subvention publique et sachant s'adapter à des niveaux de vie relativement précaires, les acteurs culturels n'ont pas toujours pris la peine de s'intéresser à la vie économique de leur territoire, pour la raison simple qu'ils n'en avaient pas un besoin vital. La nécessité faisant loi, les Chambres de Commerce et d'Industrie, habituées aux cols blancs et costumes sombres, interloquées voient passer, aujourd'hui, sous leurs porches majestueux des saltimbanques aux habits bariolés en quête de partenaires.

Alors, si l'attente des acteurs culturels vis-à-vis des entreprises peut paraître assez triviale, que peuvent attendre les petites et moyennes entreprises de la vie culturelle de leurs territoires ?

Tout d'abord, il y a une dimension d'échanges réciproques : chacun va donner et recevoir. Cette notion se heurte aux images d'Épinal de gratuité et de désintéret que le terme de « mécénat » véhicule chez nos contemporains. C'est pourquoi la première des attentions à porter aux entreprises est de brûler cette icône et de les rassurer sur

le fait que le mécénat culturel ne sera ni un vol, ni un impôt supplémentaire, mais bien une rencontre qui va aussi servir leurs propres intérêts.

## LE MÉCÉNAT, UN OUTIL DE MANAGEMENT ET DE COHÉSION SOCIALE

La première rencontre que met en œuvre un partenariat intelligent est celle qui va toucher l'ensemble du personnel de l'entreprise. Le manager doit pouvoir, dans tous les cas, associer ses salariés aux actions de partenariat qu'il engage, de manière directe ou indirecte : soit en leur faisant bénéficier de l'offre culturelle concernée (places de concert, entrées de musée, etc.), soit en les associant globalement à la démarche. L'engagement de sa propre entreprise auprès des acteurs culturels identifiés et locaux peut participer à donner du sens au travail quotidien de chacun et à la cohésion du groupe. Savoir que la valeur ajoutée à laquelle chacun contribue est en partie valorisée et peut donner du sens à un quotidien parfois difficile.

Les partenariats avec les toutes petites, petites et moyennes entreprises (TPE et PME) se jouent rarement sur le terrain de la communication externe. Les enjeux d'images et de notoriété n'ont pleinement cours qu'avec des entreprises de dimensions nationales ou internationales et auprès d'institu-

tions culturelles de premier plan. Cette notion de communication externe est disproportionnée et peu efficace localement sur des échanges financiers de moins de 50 000 €. La visibilité des acteurs culturels en question est trop insignifiante compte tenu du budget en jeu. Mieux vaut privilégier la logique du dialogue des semblables, plutôt que forcer la rencontre des extrêmes.

Les projets de partenariat avec les PME et TPE auront une vraie pertinence à se dérouler localement sur les terrains de la communication interne et de l'engagement social de l'entreprise. Cette dimension d'implication dans des activités culturelles et d'intérêt général a un sens et une efficacité très forte du point de vue du rayonnement, de la cohésion et de l'attractivité d'un territoire sur lequel l'entreprise a décidé de s'implanter et se développer.

Toutes les entreprises ont intérêt à ce que la cohésion sociale se construise de manière durable et sans trop de heurts là où elles ont élu domicile et où leurs salariés vivent. Aucune entreprise ne se développe bien sur un territoire qui va mal. Chacun sait combien la culture participe pleinement à la cohésion sociale, au dialogue intergénérationnel ou au respect de la diversité.

## LE MÉCÈNE ET LA LIBERTÉ DES ARTISTES

Ce n'est pas l'œuvre artistique pour elle-même qui intéresse l'entreprise, mais le projet culturel dans sa globalité : le projet pédagogique autour de la création, le programme de diffusion, le rayonnement du projet, le public concerné ou les territoires irrigués. Tout ce que le projet pourra apporter à la cité est en mesure de retenir l'attention d'un partenaire.

Par exemple, le sens philosophique et théâtral d'une pièce de Koltès est fondamental pour chacun d'entre nous, en tant que spectateur individuel, mais il ne pourra pas être le moteur d'un part-



© ALICE-ANNE JEANDEL

nariat avec une entreprise. En revanche la destinée de la pièce, sa diffusion et sa valorisation, ce qu'elle va apporter à la ville, à la région, le nombre de places mises à la disposition des salariés du partenaire, seront autant d'éléments présidant au succès d'un partenariat.

C'est cette distinction qui donne une grande liberté de création aux artistes. Le mécène n'a pas intérêt à s'immiscer dans le contenu de l'œuvre, il y perdrait sa légitimité ; en revanche, il aura pleinement intérêt à accompagner le projet dans son déploiement, sa réalisation et sa valorisation.

## LE MÉCÉNAT, UN FLUIDE POUR LES RELATIONS PUBLIQUES

Il y a aussi, bien entendu, une dimension stratégique assez évidente pour les entreprises à trouver des lieux d'échanges et de relations publiques de qualité autour des projets culturels.

Une exposition, un concert, un spectacle sont autant d'espaces propices au maintien et au développement des relations publiques. Ce sont des opportunités très recherchées par les entreprises, dans

le cadre de leurs discussions avec les clients, les fournisseurs, les collectivités territoriales et toutes les composantes de la société avec lesquelles il est essentiel de tisser des relations de proximité et de confiance.

## LA DÉFISCALISATION, UNE VOIE POUR LA RESPONSABILISATION DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

La révolution que représente la défiscalisation<sup>2</sup> des dons aux acteurs et aux projets d'intérêt général est un moment historique quant à la responsabilité de chacun dans la cité. Chaque contribuable et chaque entreprise peut « affecter » son impôt selon ses moyens et sa propre vision de l'espace public. C'est un moment clef dans les relations entre la société civile et les pouvoirs publics, entre les acteurs multiples de l'intérêt général et son seul garant : l'État. C'est un message de confiance de premier plan que le législateur a exprimé aux entreprises en promulguant la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 ; l'engagement financier qui s'en est suivi<sup>3</sup> a montré combien les entreprises en ont saisi la portée.

Néanmoins, le plafond de 0,5 % du chiffre d'affaires n'est pas adapté aux

TPE et PME. 37 % de la population active travaille dans une entreprise de moins de 20 salariés et le chiffre d'affaires moyen de ces « toutes petites entreprises » est de 270 K€<sup>4</sup>. Ce qui signifie que, dans le cadre actuel de la loi de 2003, ces entreprises ne peuvent faire de mécénat qu'à hauteur de 1 300 € par an ! Les PME de moins de 250 salariés réunissent, hors TPE, 18 % de la population active. Compte tenu de leur chiffre d'affaires moyen, elles peuvent s'engager sur des sommes annuelles moyennes de 33 000 €.<sup>5</sup>

## UN PLAFOND INDEXÉ AU CHIFFRE D'AFFAIRES ET UNE ENVELOPPE FORFAITAIRE POUR PLANCHER

Il pourrait être envisagé d'élever le taux à 1 % pour les PME, ce qui multiplierait par deux l'ensemble des possibilités. C'est un taux symbolique fort qui préside déjà aux destinées de la solidarité dans plusieurs domaines. Le « 1 % logement » fut le fruit de la négociation entre les patrons et les ouvriers sur la question du logement dès les années 40. Le « 1 % artistique » fut celui de la mesure de la participation des travaux publics à la création contemporaine en 1951.

C'est « 1 % du budget de l'État » que s'est donné comme objectif le ministère de la Culture dès sa création en 1958. Depuis, les gouvernements ne sont jugés en matière culturelle qu'à l'aune de ce taux. Il existe même un « club 1 % pour la planète » depuis 2001<sup>6</sup>.

Par ailleurs, il serait assez pertinent de définir, pour les TPE, un plancher de défiscalisation, comme il a été choisi un plafond, en dessous duquel les entreprises n'ont plus à calculer leur engagement dans la cité en matière de pourcentage, mais de budgets significatifs. L'ordre de grandeur de ce plancher pourrait s'aligner sur les micro projets financés dans le cadre de l'Union Européenne (23 000,00 €). C'est une enveloppe avec laquelle il serait possible d'accompagner de vrais projets, de diversifier ses actions, de prendre de vrais risques et de s'investir durablement sur leur territoire.

Les associations culturelles de terrain sont en prise directe avec la société dans de nombreux domaines où l'entreprise n'a pas toujours les bons repères. Elles peuvent anticiper des situations sociales de crise ou de changement que ne verront pas immédiatement les entreprises. Ce sont elles, surtout, qui réunissent et qui donnent leur chance aux jeunes artistes, aux nouveaux talents, aux nouvelles initiatives ou aux nouvelles formes. Elles sont le ventre fécond de la cité. Par leur enracinement dans le présent, elles ont une vision sur l'avenir, précieuse pour tous les chefs d'entreprises qui veulent donner du sens à leur investissement et participer à l'élaboration de la cité qu'ils laisseront à leurs enfants.

**François-Xavier Tramond**  
Consultant en mécénat culturel.  
Enseignant à Sciences Po Paris  
fxtramond@lizarine.com

“Si l'attente des acteurs culturels vis-à-vis des entreprises peut paraître assez triviale, que peuvent attendre les petites et moyennes entreprises de la vie culturelle de leurs territoires?”

### Les fantassins du mécénat culturel

#### NOTES

- 1- *The Economic Dilemma* (1966), William Baumol et William Bowen.
- 2- Défisicalisation de 60 % des dons aux associations dans la limite des 5/1000 du Chiffre d'affaires HT.
- 3- 350 millions d'euros de mécénat en 2002, 1 milliard d'euros en 2005, 2,5 milliards d'euros en 2008. Données : Admical
- 4- Données : Ministère des petites et moyennes entreprises du commerce, de l'artisanat et des professions libérales.

5- Données : Ministère des petites et moyennes entreprises du commerce, de l'artisanat et des professions libérales.

6- Yvon Chuinard, propriétaire fondateur de Patagonia, a créé, en 2001, le « club 1% pour la planète », partout dans le monde des entreprises s'engagent à hauteur de 1% de leur CA sur cette cause majeure. 10 entreprises françaises font partie de ce club.

# VERS UN SYSTÈME MUSÉAL À DEUX VITESSES ?

Jean-Michel Tobelem

**À l'heure où le musée d'Orsay conçoit des expositions pour lever des fonds en Asie, où le musée Picasso indique que l'itinérance de ses collections rapporte davantage que le mécénat et où le musée du Louvre pratique le prêt payant d'œuvres, on admettra que l'on se trouve face à un changement de paradigme dans l'univers des musées. On s'éloigne en effet de celui où l'œuvre, par définition unique et irremplaçable, ne pouvait voir son intégrité prendre le risque d'être menacée que dans le strict cadre d'expositions reposant sur une démarche de recherche, autrement dit, en dehors de toute préoccupation de retour financier<sup>1</sup>.**

Comment expliquer une telle évolution, admise par ceux-là mêmes qui défendent la primauté du scientifique dans la direction des institutions muséales et qui ont de surcroît la responsabilité éminente de la parfaite conservation des œuvres pour les générations futures ? Quelles en sont les conséquences prévisibles ? Que devient, dans ce cadre, la notion de patrimoine national ?

La présente contribution s'efforce d'apporter des éléments de réponse à ces rudes interrogations en deux temps : le premier examine certaines des transformations que connaît l'univers des musées ; le second suggère des orientations de nature à faire face aux risques encourus et aux dérives observées.

## DES ÉVOLUTIONS QUI SUSCITENT DE LÉGITIMES INTERROGATIONS

Dans la période actuelle, on assiste à une concentration des moyens au profit des grandes institutions. Une alliance stratégique (bien que non formalisée) a en effet été forgée entre chefs d'établissements (encore parfois conservateurs du patrimoine, mais souvent désormais directeurs au profil de « managers »<sup>2</sup>), administrateurs (principalement des

énarques, mais également des diplômés d'écoles de commerce) et technocrate (hauts fonctionnaires du ministère de la Culture ainsi que celui de l'Économie et des Finances), qui repose sur une convergence d'intérêt : un pouvoir accru de la sphère managériale en contrepartie de l'obtention, par les conservateurs, de ressources financières permettant la modernisation des établissements, offrant ainsi des retombées symboliques et de prestige au monde politico-administratif.

Grâce à cette alliance de fait entre des acteurs de premier plan disposant de pouvoirs d'influence, de capacités de lobbying et de relais dans l'appareil d'État, dans le monde économique et auprès du personnel politique, des moyens budgétaires et humains importants ont été consentis aux plus grands musées dans le cadre de contrats d'objectifs et de performance, creusant ainsi l'écart avec les subsides alloués aux musées plus modestes. Une question se pose néanmoins : assiste-t-on à une modernisation allant dans le sens d'une plus grande efficacité culturelle et d'un fonctionnement optimisé au service des œuvres et des visiteurs ou bien sommes-nous les témoins d'une bureaucratisation des organisations muséales conduisant à un renforcement des hiérarchies

et à un poids croissant des procédures administratives ?<sup>3</sup> Étant entendu que la véritable marge de manœuvre des grands musées paraît reposer davantage aujourd'hui sur la motivation, la productivité et la formation de personnels qualifiés.

Les grandes institutions, non contentes de cumuler des moyens publics significatifs, possèdent de surcroît la capacité de lever des fonds additionnels. Ce sont, en effet, les musées les plus prestigieux, dont la notoriété est internationale et qui possèdent des équipes spécialisées (une vingtaine de personnes au musée du Louvre) qui sont les plus à même de bénéficier de dons d'entreprises, de fondations et de particuliers, aidés en cela par une fiscalité désormais particulièrement favorable : songeons en effet qu'une entreprise peut déduire de l'impôt sur les sociétés 90 % du montant du don destiné à l'acquisition d'un « trésor national » ! Il possède le même avantage pour créer des ressources propres, qu'il s'agisse des restaurants, des tournages de films, des revenus des boutiques ou des locations d'espace.

Enfin, ces institutions ne se privent pas d'augmenter sensiblement leurs prix d'entrée tout en réduisant, dans le même temps, la portée des réductions tarifai-

res : 20 euros pour le passeport de visite au château de Versailles (25 euros au moment des Grandes eaux musicales) ; 14 euros pour une visite combinée des collections permanentes et des expositions temporaires du musée du Louvre ; 10 à 12 euros selon les périodes pour la visite du Centre Pompidou ; 11 euros pour les expositions du Grand Palais ou celles du musée d'Art moderne de la ville de Paris (qui cherche peut-être à « compenser » la gratuité d'accès à ses collections permanentes). Dès lors, le droit d'entrée devient onéreux et pose un problème en termes d'accessibilité et de démocratisation : si des tarifs aménagés existent évidemment pour certaines catégories de visiteurs, il n'en reste pas moins qu'un effet d'éviction est à craindre pour des publics motivés qui seront pourtant conduits à renoncer à quelques-unes de leurs visites ou à réduire la fréquence de ces dernières<sup>4</sup>. On peut craindre, en outre, une concentration des flux au profit des institutions les plus connues – qui bénéficient d'une situation de rente – au détriment d'institutions plus modestes bien que de grande qualité, ce qui serait fâcheux en termes de politique culturelle.

Les grandes institutions, dotées du statut d'établissement public<sup>5</sup>, donnent ainsi le sentiment de conduire leur politique en obéissant à leur intérêt bien compris et sans se préoccuper des conséquences de leurs décisions sur leur environnement ou encore sur les autres équipements qui font partie du système muséal français. On le constate du reste avec la situation incertaine de la Réunion des musées nationaux, dont les grands établissements souhaitent apparemment la disparition, ce qui signifierait la fin de l'objectif de mutualisation des ressources des musées nationaux français, très entamée il est vrai depuis l'autonomisation des plus grands d'entre eux. On pourrait donc assister à un écart grandissant entre grands établissements bien dotés en moyens humains, techniques et financiers et musées de plus petite taille, par la conjonction de plusieurs phénomènes.

*Primo*, l'ampleur des ressources dont disposent les grands musées renforce leur capacité à mener une politique dynamique d'expositions temporaires, d'événements et d'animations, ce qui leur permet de conquérir de nouveaux publics et de fidéliser leurs visiteurs. *Secundo*, ces mêmes ressources conduisent les grandes institutions à conduire une politique de promotion et de communication agressive mais efficace, celle-ci étant à son tour relayée par leurs partenaires (sponsors et médias). *Tertio*, l'augmentation des flux de tourisme international a bénéficié en priorité ces dernières années aux institutions les plus connues des visiteurs étrangers : musée du Louvre, château de Versailles, Tour Eiffel et Arc de Triomphe, notamment. Or, de tels facteurs étant cumulatifs, la création de nouvel-

les ressources vient abonder les revenus existants pour entretenir la dynamique de développement d'une poignée de sites culturels.

### DES PISTES À APPROFONDIR POUR CONFORTER L'AVENIR DES MUSÉES

Certaines des évolutions évoquées précédemment sont fréquemment attribuées aux difficultés réelles ou anticipées concernant les finances publiques (État et collectivités locales). La présente crise économique, sociale et financière rend de surcroît encore plus problématique le recours au mécénat, du moins s'agissant des entreprises. Au risque de susciter une certaine incompréhension, on suggérera



© AURELIE DOULMET

pourtant que si les petits établissements disposent bien souvent de marges de manœuvre très faibles pour réduire leurs dépenses, déjà fortement contraintes, il n'en est pas nécessairement de même pour les plus importantes institutions muséales françaises, qui ont considérablement étoffé le spectre de leurs interventions dans la période récente (spectacles, co-productions, éditions, publications, commandes, tournages, etc.). Ces musées seraient donc amenés à se recentrer sur leurs missions fondamentales (dont font bien sûr partie l'accueil des publics, la diffusion et les activités éducatives), au détriment d'actions pouvant éventuellement être considérées comme moins stratégiques, à partir du moment où des choix drastiques deviendraient inéluctables. Un tel recentrage pourrait toutefois utilement conduire à évaluer la pertinence de chacune des actions des musées au regard de leurs impératifs scientifiques, culturels, sociaux et éducatifs, qui comprennent des responsabilités essentielles dans le domaine de la politique des réserves, de récolement des collections, de conservation préventive et de sécurité, comme le Parlement – aussi bien que la Cour des comptes – ont paradoxalement eu l'occasion de le rappeler aux professionnels des musées.

Pour les musées de moindre importance, l'enjeu semble être celui d'une mutualisation de leurs moyens humains, techniques et financiers par le truchement de trois instruments possibles : des regroupements locaux ou thématiques, à travers des pôles muséographiques territoriaux (PMT), d'une part ; d'autre part, des musées municipaux (ou intercommunaux) à vocation régionale (MMVR)<sup>6</sup> ; et, enfin, le rattachement de petits lieux (ne

bénéficiant pas de la présence d'un conservateur ou d'un attaché de conservation du patrimoine) à des établissements dotés de personnels scientifiques, voire dans le cadre d'une conservation départementale, le cas échéant. Cette mutualisation permettrait de faire face à une pénurie de personnels qualifiés et de fournir d'indispensables moyens d'agir dans plusieurs domaines cruciaux : la conservation et la restauration des œuvres, les animations, la programmation, les publications, les activités éducatives et d'insertion, le développement touristique, l'aménagement du territoire, la promotion et la communication, la qualité de l'accueil. Des actions de formation seraient bien entendu indispensables pour accompagner ces structures dans leurs démarches de professionnalisation.

Surtout, dans des temps qui s'annoncent difficiles pour les institutions culturelles, il convient d'être vigilant quant à l'inscription des musées dans les politiques publiques. Alors que les professionnels de la conservation s'interrogent sur leur avenir en raison des contraintes budgétaires soulignées précédemment, mais aussi du fait des risques d'instrumentalisation touristique, économique, politique, voire diplomatique<sup>7</sup>, l'heure est à la démonstration du rôle positif que peuvent jouer les musées pour accroître le bien-être des habitants dans différents domaines : apport culturel et scientifique ; ressources éducatives et sociales ; instrument de développement des territoires, lui-même gage de retombées touristiques et économiques ; facteur d'image et de prestige des villes ; etc. C'est ainsi, par la congruence entre mission des établissements et politiques des collectivités territoriales,

qu'il sera possible de démontrer que les musées, loin de représenter seulement une charge pour les contribuables, constituent en réalité potentiellement de puissants instruments au service de la société et du développement de la citoyenneté.

Face à de grands établissements qui sont tentés de pratiquer l'égoïsme sacré et qui confondent parfois dynamisme d'une démarche « entrepreneuriale » (pouvant assurément être placée au service d'un projet scientifique, culturel, éducatif et social) et comportement cherchant à mimer celui des entreprises<sup>8</sup>, il convient de rappeler que les musées publics français, qui ne sont pas indépendants mais autonomes (du moins pour ceux qui bénéficient du statut d'établissement public ou d'une autre forme de personnalité morale), appartiennent tous à l'écosystème muséal national. C'est là un atout précieux pour notre pays, à rebours d'une conception étroitement centralisatrice et stérilisante.

Convenons en définitive qu'il serait périlleux de chercher à s'imposer par un esprit inopportun de concurrence à court terme au détriment des institutions sœurs, là où chacun des établissements concourt en réalité à l'effort public de longue haleine d'éducation des habitants de notre pays – qu'il s'agisse d'art, d'histoire, d'archéologie, de science, d'ethnologie ou d'autres domaines encore. Un tel rappel qui aurait été inutile il y a quelques années ne semble pas superflu à présent.

**Jean-Michel Tobelem,**

*Docteur en gestion, directeur d'Option Culture, chargé de cours à la Sorbonne et à l'École du Louvre.*

*Remerciement à François Mairesse pour ses éclairages incisifs.*

## Vers un système muséal à deux vitesses ?

### NOTES

1- L'ancien directeur du *Metropolitan Museum of Art* de New York, Philippe de Montebello, affirme pour sa part : « Le prêt est et doit rester gratuit. Nous comprenons que certains pays en voie de développement réclament de l'argent. Mais entre pays développés, c'est inacceptable. » (« Et si c'était le musée idéal ? », *Le Monde*, 14 octobre 2007).

2- Cf. les cas des châteaux de Versailles, de Fontainebleau et de Chambord, de la Cité de l'architecture et du patrimoine, du musée du quai Branly (voire du Centre Georges Pompidou, qui n'est certes pas qu'un musée).

3- « Ouverture après travaux – la nouvelle stratégie du Centre Pompidou », D. Alcaud et J.-M. Tobelem, *art press*, spécial « écosystèmes du monde de l'art », n° 22, 2001.

4- Cf. *La culture mise à prix. La tarification dans les sites culturels*, dir. J.-M. Tobelem, L'Harmattan, 2007.

5- Mais également de celui de société d'économie mixte (SEM), d'établissement public de coopération culturelle (EPCC) ou encore de groupement d'intérêt public (GIP).

6- Voir J.-M. Tobelem, *Le nouvel âge des musées, les institutions culturelles au défi de la gestion*, Armand Colin, 2005, p. 292.

7- Cf. *L'arme de la culture. Les stratégies de la diplomatie culturelle non gouvernementale*, dir. J.-M. Tobelem, L'Harmattan, 2007.

8- Ayant précisé pourquoi on ne saurait assimiler les musées à des entreprises, nous avons proposé le concept d'« organisation culturelle de marché » (OCM) pour rendre compte de ce phénomène (cf. *Le nouvel âge des musées, op. cit.*, p. 28 à 30).

# POLITIQUES CULTURELLES ET SALONS DU LIVRE :

## LE CAS DU SALON DU LIVRE ET DE LA PRESSE JEUNESSE DE SEINE-SAINT-DENIS

Bertrand Legendre

**Particularité française par leur abondance et leur diversité de taille, de nature et d'organisation, les salons, fêtes ou festivals du livre constituent, de près ou de loin, un élément des politiques culturelles mises en place par les collectivités locales ou des acteurs privés et, dans certains cas, soutenues par des instances nationales.**

Cette multiplication même fait question et incite à une réflexion sur les objectifs de ces manifestations sur lesquelles convergent des ambitions commerciales et des volontés de promotion de la lecture dans un jeu d'équilibres et d'ambiguïtés par lesquels se définit l'identité de chaque manifestation.

### POUR UNE ÉVALUATION SOCIO-ÉCONOMIQUE DES SALONS DU LIVRE

Plus fondamentalement, se pose à leur sujet la question de l'évaluation. La pratique la plus courante relève d'une analyse comptable et d'une démarche communicationnelle : pour les organisateurs, il s'agit de procéder à une analyse des recettes et des coûts et de transmettre, aux financeurs éventuels et aux médias, des chiffres sur le nombre de visiteurs, le nombre d'auteurs et d'éditeurs représentés. Le bilan s'apprécie alors par une comparaison des chiffres d'une année sur l'autre. Ces éléments d'ordre quantitatif suffisent généralement à fonder la raison d'être de ces manifestations et permettent de faire l'économie d'une réflexion sur le fond dans une perspective qui chercherait

à saisir la manière dont ces salons s'articulent avec une politique culturelle ou, plus largement, avec une politique sociale et éducative.

Les enjeux liés au développement de manifestations consacrées au livre couvrent en effet un champ très large de questions et d'acteurs, très au-delà de leur durée même. Dans quelle mesure les structures éducatives sont-elles concernées et actrices ? Sont-elles simples « consommatrices » de ces salons ou les intègrent-elles dans une pratique pédagogique visant à faire sens durablement ? De quelle manière les bibliothèques et les centres de loisirs sont-ils impliqués ? Que sait-on des « effets » que ces festivals produisent sur le public en termes de pratiques de lecture, d'achat ou d'emprunt de livres ? Question qui serait elle-même à segmenter en prenant en compte les différentes catégories de visiteurs. Comment ces salons interviennent-ils dans la question de la diversité culturelle ? Tendent-ils à renforcer la place déjà tenue par les best-sellers ou favorisent-ils la rencontre du public avec une production moins accessible ? En quoi ces manifestations agissent-elles sur les équilibres économiques des acteurs de la chaîne du livre ?

Cette série de questions suffit à mettre en évidence le besoin d'une analyse socio-économique de ces manifestations qui, tout en mobilisant les politiques culturelles, sont trop souvent considérées comme des événements isolés et sans lien véritablement construit avec les structures et acteurs socio-éducatifs.

Sans reprendre l'ensemble du questionnement qui précède, cet article cherche à en illustrer certains aspects en prenant appui sur le cas du salon du livre et de la presse jeunesse de Seine-Saint-Denis. Les enquêtes dont sont tirés ces résultats ont été menées entre 2005 et 2008.

### ENQUÊTE SUR LE SALON DU LIVRE EN SEINE-SAINT-DENIS

Si l'on cherche tout d'abord à aborder la question de la diversité, il est possible d'en rendre compte à partir de l'analyse des descriptions de la visite faites par le public interrogé et à partir de achats effectués.

Auprès du public des adultes, on observe ainsi que 73 maisons différentes sont

# “Comment ces salons interviennent-ils dans la question de la diversité culturelle ? (...) En quoi ces manifestations agissent-elles sur les équilibres économiques des acteurs de la chaîne du livre ? ”

citées sur un total de 178 maisons présentes au salon ; sachant que 542 personnes ont été interrogées, ce chiffre exprime d’abord la force d’attraction d’un petit groupe de structures. Si l’on s’en tient aux 10 premières (par ordre décroissant : Gallimard, L’École des loisirs, Milan, Le Rouergue, Actes Sud, Bayard, Le Seuil, Nathan, Hachette, Dupuis), on relève une certaine cohabitation entre maisons très importantes et maisons moyennes. Mais on note aussi que 34 maisons sont citées une seule fois, chiffre qui dit à la fois la présence d’éditeurs peu connus et la place réelle qu’ils occupent dans la démarche d’un certain public.

L’étude des achats effectués confirme la domination du même groupe d’éditeurs, mais elle introduit une information nouvelle puisque ce sont 119 maisons qui sont concernées par les achats. Alors que le public cite spontanément 73 maisons différentes comme points de passage de la visite, les achats décrivent une réalité beaucoup plus diversifiée. On peut voir dans cet écart une des fonctions de la manifestation qui amène le public à découvrir de nouveaux éditeurs qui, sans apparaître dans la restitution que le public peut faire de sa visite, n’en sont pas moins

présents dans les achats. C’est bien un enjeu de diversité de l’offre qui apparaît derrière ce constat, soulignant la manière dont ces salons du livre sont susceptibles d’être aussi des outils de politique culturelle.

Auprès du public des enfants, on remarque qu’à la différence des adultes qui décrivent leur visite en citant des éditeurs, l’évocation des stands, si elle n’est pas totalement absente (une vingtaine de noms sont cités), est moins fréquente chez les enfants qui citent plutôt des collections, des genres (BD, mangas, livres d’animaux, albums) ou des titres. C’est là un effet de la médiation très forte d’une part de la production éditoriale qui contribue à former la réceptivité de ce public. Mais en réalité, deux tendances opposées sont perceptibles et cohabitent : l’imprécision de certaines évocations de livres dont les enfants ne peuvent que raconter l’histoire ; l’expertise de certains jeunes lecteurs qui citent les éditeurs, les titres et les auteurs. Au travers de ces discours se dessinent deux profils d’enfants : un enfant expert qui vient chercher au salon du livre et de la presse jeunesse de Seine-Saint-Denis, ses éditeurs, ses collections, ses auteurs préférés, et celui d’un enfant découvreur, plus jeune, qui

pratique sur le salon des expériences plus diversifiées. Mais ce bilan que font les enfants venus en groupe accompagné devient moins unanimement positif quand on s’intéresse aux enfants venus seuls. Chez certains, la frustration naît d’une faible capacité d’achat ou de l’offre elle-même dans laquelle ils rencontrent des difficultés à se repérer, point qui souligne en creux la place que peut tenir le travail de médiation dans un tel dispositif.

Au final, si le groupe d’éditeurs cités le plus souvent par les enfants diffère peu de celui cité par les adultes, leurs achats sont en réalité très variés, loin de la représentation qu’on a parfois d’un marché jeunesse dominé par *Titeuf* et *Harry Potter*. Les best-sellers n’occupent pas dans les achats des enfants sur le salon une place proportionnelle à celle qu’ils tiennent en librairie. De même, si la BD constitue un sous-ensemble repérable, elle n’est pas aussi largement présente que pouvaient le laisser penser les ventes de ce secteur. Le fait que se trouvent dans cette liste des titres classiques et récents dont la présence est manifestement, pour les premiers du moins, le fruit de la prescription, laisse penser que le salon et le travail fait en amont jouent un rôle appréciable de

diversification des achats, par la découverte ou redécouverte de textes classiques de la littérature de jeunesse ou par la rencontre avec des nouveautés moins ou peu médiatisées. La variété de l'offre éditoriale du salon a donc bien une incidence sur la nature des achats.

Pour une part importante du public des enfants, le Salon du livre et de la presse jeunesse de Seine-Saint-Denis est l'occasion de découvertes. Plusieurs facteurs sont impliqués dans ce constat dont, bien sûr, le contexte et les pratiques culturelles familiales (même s'il serait très hasardeux de considérer que la diversité des lectures croît automatiquement avec le niveau de vie). De manière très fortement déterminante, le travail de préparation mené par différentes catégories de médiateurs en vue de la visite au salon est un facteur de stimulation de la curiosité par rapport à l'offre éditoriale. La comparaison entre livres achetés et livres préférés confirme, d'une certaine manière, la grande diversité des choix. Pour les livres préférés, les réponses s'organisent, d'avantage que pour les achats, autour de personnages (Martine, Cédric, Tom Tom et Nana...), genres dominants (BD, mangas, aventure...), collections (Bibliothèque rose, La cabane magique...). Cet écart conduit à formuler une hypothèse selon laquelle les achats réalisés sur le salon sont des actes dans lesquels interviennent des actions de médiation (enseignants/accompagnateurs, vendeurs, auteurs, illustrateurs, copains, famille...), alors que la question « Quels sont tes livres préférés ? », laissant plus largement prise aux effets de médiatisation, produit des réponses plus conventionnelles. Est ainsi mise en jeu la question de l'ancrage de ce type de manifestations dans le réseau de médiation, qu'il s'agisse du travail des enseignants, éducateurs, animateurs ou bibliothécaires. La manière dont ces acteurs sont sollicités et se saisissent de la manifestation en l'intégrant dans leur activité autrement que comme une simple « sortie » est un indicateur majeur de la politique culturelle menée par les responsables des manifestations

dédiées au livre. En l'occurrence, le Salon du livre et de la presse jeunesse de Seine-Saint-Denis, manifestation annuelle organisée par le Centre de Promotion du Livre et de la Presse de Jeunesse se distingue de longue date par l'importance du travail de terrain mené tout au long de l'année avec un nombre important d'écoles, collèges, bibliothèques, centres de loisir, et par ses actions de formation auprès des enseignants, bibliothécaires, étudiants. Un ensemble d'initiatives contribuent à faire en sorte que, si le Salon est la face la plus visible de cette politique du livre, celle-ci s'appuie sur un engagement durable et de proximité en faveur de trois objectifs dont se saisissent inégalement les collectivités territoriales porteuses de salons ou festivals du livre : l'action culturelle, la mobilisation de la chaîne du livre et de l'édition, le soutien à l'économie du livre.

### DE LA VISITE SCOLAIRE AUX VISITES FAMILIALES

Le questionnement portant spécifiquement sur les pratiques familiales liées au salon fait apparaître de nombreuses situations d'échanges entre les enfants qui y sont allés avec leur établissement et leurs frères et sœurs ou parents. Plus de la moitié des enfants disent en avoir parlé à la maison, et près de 60 % disent avoir eu envie d'y retourner (avec les parents, les frères ou sœurs, cousins, amis...). 13 % des enfants qui ont fait une visite avec leur établissement y sont retournés dans le cadre familial ou amical et l'on peut considérer qu'un quart des enfants estiment avoir décidé l'un ou l'autre de leurs parents à y aller.

Plus que la mesure précise de la capacité de la visite scolaire à provoquer des visites familiales, peut être soulignée ici l'intensité des échanges que suscite cette visite dans la sphère privée. Le fait que la visite scolaire connaisse de tels prolongements familiaux semble très positif dans la mesure où il permet de penser que la préparation de cette visite, la visite elle-même et son exploitation

éventuelle en classe ne réduisent pas ce moment à une activité ou à une sortie scolaire comme une autre. Par ailleurs, environ 70 % des enfants qui répondent à la partie de l'enquête consacrée aux activités développées à partir de la visite du salon mentionnent des situations d'échange menées en classe, soit de manière générale sur ce qu'ils ont pensé du salon, soit, plus précisément, dans le prolongement de rencontres avec des auteurs ou des illustrateurs. Plus de la moitié des enfants font état d'activités liées aux livres achetés. Il est également intéressant de noter que nombre d'enfants inscrivent le déplacement au salon dans la durée et non pas comme une simple sortie sans suite. Le fait que des enfants pratiquent entre eux des prêts de livres qu'ils ont achetés peut entrer dans cette perspective.

Ces éléments ne suffisent sans doute pas à rendre compte de la dimension de politique culturelle que peuvent porter les festivals ou salons consacrés au livre, ni à faire le bilan de la manifestation à laquelle ils se rapportent. Ils veulent cependant mettre en évidence, au moment où se multiplient de telles initiatives, les enjeux qui les traversent et les tensions entre médiation et marchandisation, et contribuer ainsi à l'analyse de ces événements.

**Bertrand Legendre**

*Professeur en Sciences de l'information  
et de la communication à l'université Paris 13 (Villetaneuse)  
et membre du LabSic.*

### QUELLE ÉCONOMIE POUR L'ART ET LA CULTURE ?

**Pour une autre économie de l'art et de la culture**, Bruno Colin et Arthur Gautier (dir.), Paris, Éditions Érès, Collection sociologie économique, 2008, 176 p., ISBN : 978-2-7492-0992-0, 20 €.

**Travail artistique et économie de la création, Actes des 2<sup>es</sup> journées d'économie de la culture**, Francine Labadie et François Rouet (coord.), Paris, La Documentation française, Département des Études de la Prospective et des Statistiques (DEPS), 2008, 256 p., ISBN : 978-2-11-097537-9, 25 €.

« Nobody Knows », l'expression utilisée par Richard Caves<sup>1</sup> pour qualifier le fonctionnement des marchés culturels est le lien évident qui unit deux ouvrages collectifs récemment parus. Leur projet est pourtant, à l'origine, bien distinct.

Le premier, publié sous la direction de Bruno Colin et d'Arthur Gautier, *Pour une autre économie de l'art et de la culture* est un ouvrage engagé qui retrace l'histoire et les enjeux du Manifeste rédigé à l'initiative de l'Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles (UFISC). La question de l'identité, du mode original de fonctionnement d'un « tiers secteur de la culture » qui serait à mi-chemin entre le secteur public et le secteur privé est fouillée, mise à l'épreuve. Sont conviés au débat tant les professionnels du terrain que les chercheurs. Quelques passages sont particulièrement éclairants, comme la mise en perspective de l'UFISC qu'effectue Gêrôme Guibert, au regard des travaux académiques conduits sur le champ de l'économie sociale et solidaire. Ce chapitre donne une profondeur à l'ouvrage et, au-delà d'un pamphlet en faveur d'une économie sociale et solidaire dont « beaucoup se revendiquent » (p. 93) sans vraiment savoir ce dont il s'agit, les auteurs conduisent une véritable réflexion en posant la question des contours de ce tiers secteur, de sa cohérence, de sa légitimité.

L'entreprise est ambitieuse, ardue et de nombreuses réponses demeurent de ce fait en suspens. Car le problème de la délimitation de l'économie sociale et solidaire – qui est loin d'être réglé dans la littérature académique – se double ici de celui du bien culturel. Les deux sont mêlés tout au long de l'ouvrage et sans doute l'éclairage aurait-il été plus convaincant si les auteurs avaient envisagé les questions de façon plus articulée. À la lecture du livre, le point de vue incisif publié par le sociologue Matthieu Hely<sup>2</sup> sur l'économie sociale au sein du site Internet *La vie des idées* avec un article intitulé « L'économie sociale n'existe pas » vient nécessairement à l'esprit. L'auteur y réfute l'idée de l'existence de ce tiers secteur comme un compromis « entre plusieurs logiques distinctes » publique et privée, et l'analyse plutôt comme « un marché du travail dont les acteurs précarisés ont perdu le statut naguère garanti par la fonction publique ». L'existence d'un tiers secteur dans la culture est-elle réellement une nouveauté ? N'est-elle pas liée

aux caractéristiques mêmes du travail culturel ? La difficile rémunération par le marché n'est-elle pas rendue encore plus problématique par les évolutions que connaît actuellement le travail créatif ?

Et l'on rejoint ici la problématique traitée dans le second ouvrage que nous avons évoqué en introduction de cette rubrique. Coordinné par Francine Labadie et François Rouet, *Travail artistique et économie de la création* est le fruit d'un

## BRÈVES

### ACTUALITÉ DU PATRIMOINE, DISPOSITIFS ET RÈGLEMENTATIONS EN MATIÈRE DE PATRIMOINE EN FRANCE

Laetitia Di Gioia, Serge Chaumier, Art, archéologie et patrimoine, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, 2008, 278 p., ISBN : 978-2-915611-03-8, 30 €.

Issu d'une commande du CNFPT, cet ouvrage destiné aux professionnels traite du lien entre les territoires et le patrimoine, notamment à travers les enjeux de sa décentralisation, et de l'état des dépenses publiques en faveur du patrimoine. Riche en ressources bibliographiques et en informations sur les dispositifs et la législation, il présente également un état des lieux détaillé de différents secteurs d'intervention : l'archéologie, les musées, l'inventaire général du patrimoine culturel, le patrimoine bâti et les sites. Dans un domaine où la connaissance nécessite une actualisation permanente, cet ouvrage dresse un véritable état des lieux de la mutation de l'action patrimoniale et du paysage institutionnel qui amène le lecteur à s'interroger sur la notion de patrimoine.

cheminement institutionnel plus classique. L'ouvrage propose en effet une synthèse des présentations effectuées lors d'une journée organisée par le ministère de la Culture autour de la question de la rémunération du travail artistique. Ici aussi, professionnels et chercheurs sont conviés au débat et la pluridisciplinarité est de mise puisque les interventions sont le fait de sociologues, d'économistes ou de juristes, avec toutefois une nette orientation juridique de l'ensemble des échanges. Le droit d'auteur, ses méandres, sa complexité sont décortiqués. Les interventions de professionnels ajoutent à l'impression de labyrinthe juridique qui se dégage de l'ensemble de l'ouvrage, en particulier lorsque ces derniers font valoir les singularités, exceptions, incohérences attachées à chacun des domaines dans lequel ils œuvrent. La synthèse qu'effectue le professeur Michel Vivant de l'ensemble des journées vient toutefois à point pour sauver le lecteur profane en lui permettant d'avoir un peu de recul. Si le constat de la précarité des artistes est clair, si la mise en cause du modèle existant l'est aussi, en revanche les préconisations pour sortir de la crise le sont moins. Il est un point que nous aimerions toutefois relever ici, celui de la nécessaire mais difficile rémunération de « ce travail invisible » qu'effectuent les créateurs, de « ce temps propre à l'artiste que l'on ne peut pas nier, sauf à nier précisément la spécificité de la création artistique ». Le problème n'est pas nouveau, et n'est pas sans lien avec la fameuse loi de Baumol<sup>3</sup> qui est au fondement de l'économie de la culture. Sur le temps que requiert la création, sur l'incertitude attachée aux biens culturels, sur l'imbrication croissante entre les acteurs de la filière tout le monde s'accorde. Quant à la question de la rémunération : « Nobody knows ».

**Nathalie Moureau**

*Maître de Conférences en Sciences Économiques,  
Université de Montpellier III*

# BRÈVES

## PATRIMOINE NATUREL : LES INVENTAIRES ?

**Jeunes publics et biodiversité**, 5<sup>es</sup> rencontres du patrimoine scientifique en Rhône-Alpes, Actes des ateliers des 6 et 7 décembre 2007, Grenoble, Muséum d'histoire naturelle de Grenoble, 135 p., ISBN : 978-2-906-098-20-5, 6,10 €.

L'ouvrage rend compte des ateliers du patrimoine naturel en Rhône-Alpes qui ont eu lieu en décembre 2007 à Grenoble. Il aborde le thème des inventaires du patrimoine naturel et de leurs finalités, ainsi que celui des jeunes publics et de la biodiversité. La restitution des débats met en exergue les spécificités et les pluralités du patrimoine naturel (à travers des exemples issus du patrimoine géologique, du patrimoine biologique, de la flore...) au regard des enjeux actuels du développement durable. Par ailleurs, le traitement de la problématique du stockage et de la conservation des données, mis en perspective avec la question de l'inventaire, mérite d'être souligné.

### NOTES

1- Richard Caves, *Creatives Industries, Contracts between arts and commerce*, Harvard, Harvard University Press, 2002, ISBN : 0-6740-0808-1.

2- Matthieu Hely, « L'économie sociale et solidaire n'existe pas », La vie des Idées, <http://www.laviedesidees.fr/L-economie-sociale-et-solidaire-n.html>, 2008.

3- William Baumol, "Macroeconomics of Unbalanced Growth: The anatomy of urban crisis", *American Economic Review*, 1967, n°57, p. 415-426.

## CULTURAL STUDIES : ORIGINE ET ÉVOLUTIONS D'UNE DÉMARCHE THÉORIQUE

*Cultural Studies*, Hervé Glévarec, Éric Macé et  
Éric Maigret, Paris, Éditions Armand Collin, 2008, 368 p.,  
ISBN : 9782200353599, 25 €.

Les « *Cultural Studies* » sont l'objet en France d'un traitement discursif ambivalent. Encensées par certains, dénoncées comme coupables de toutes les dérives possibles par d'autres, érigées comme preuve de l'immobilisme des institutions universitaires et de recherche incapables d'intégrer ce qui se présente comme une nouvelle « discipline », ou au contraire signe de l'efficacité d'un système capable d'intégrer un nouveau paradigme sans avoir besoin de l'ossifier dans une case institutionnelle. Bref, on parle beaucoup des *Cultural Studies* en France, mais les connaît-on, et si oui qu'en connaissons-nous réellement ?

Depuis une vingtaine d'années, une partie des travaux qui ont été produits dans les pays anglo-saxons, Grande Bretagne d'abord, Amérique du Nord ensuite, a été traduite en français, de façon ponctuelle et non systématique. Ce n'est pas un des moindres mérites du livre présenté par Hervé Glévarec, Éric Macé et Éric Maigret que de donner en introduction une bibliographie complète de ces traductions. Cette bibliographie est suivie d'un schéma, lui aussi très utile et assez remarquable, retraçant les évolutions du mouvement des *Cultural Studies* depuis leur création au milieu des années soixante par Richard Hoggart.

Cette anthologie vient donc à point pour pouvoir comprendre une histoire qui compte maintenant 45 années de productions scientifiques. Dans la présentation générale qui introduit cette anthologie, les éditeurs soulignent et développent l'un des points les plus importants sans doute à comprendre dans cette histoire : c'est qu'elle n'est pas monolithique, qu'elle ne se présente pas comme le déroulement linéaire d'une hypothèse ou d'un postulat fondamental, mais plus comme une prolifération de pistes de recherche, la multiplication de points de vue ou de démarches différentes.

Cette diversité et ce développement multidirectionnel est bien indiquée par la structure même du livre. Les auteurs insistent sur les évolutions de ce courant intellectuel, en marquant un certain nombre de tournants, qui sont autant de moments où vont être introduits dans le mouvement des

Bruno Péquignot (suite p. 86)

## BRÈVES

### REJI. RENCONTRES EUROPÉENNES DES JEUNES ET DE L'IMAGE

Revue *Projections*, Kyrnéa International, Paris, septembre-décembre 2008, n°29-30, 218 p., ISSN : 1636-5593, 10 €.

La revue *Projections* consacre un numéro spécial à la deuxième édition des Rencontres européennes des Jeunes et de l'Image qui s'est tenue à Paris du 20 novembre au 6 décembre 2008. Les différentes contributions recueillies lors des conférences-débats proposent un éclairage sur l'éducation à l'image en Europe aujourd'hui et nourrissent la réflexion sur les pratiques culturelles des jeunes. Autour des trois thématiques : « Adolescents et images », « L'Europe, je l'ai rencontrée dans une salle de cinéma » et « Des images qui voyagent ... des projets transeuropéens » sont présentées des réflexions de sociologues, de pédagogues, des récits d'expérience, la liste des films projetés ainsi que des informations sur les réalisateurs et les intervenants des rencontres.

### MUSÉES ET SOCIÉTÉS AUJOURD'HUI

Actes du colloque tenu les 24 et 25 mai 2007 à Grenoble, au Musée dauphinois, Musée dauphinois, décembre 2008, 231 p., ISBN : 978-2-35567-021-3

Cet ouvrage reprend l'intégralité des interventions et des débats qui ont eu lieu lors du colloque des 24 et 25 mai 2007 à Grenoble (Musée dauphinois), organisé par la Fédération des écomusées et des musées de société, l'Observatoire des politiques culturelles et le Musée dauphinois à l'occasion des 100 ans de ce dernier.

Le monde change, le musée aussi. Partant de ce constat et d'une analyse des attentes qui apparaissent dans la société actuelle, l'ouvrage présente des contributions très enrichissantes sur les interactions entre le musée et la science, le musée et le politique, le musée et le territoire. En effet, comment dispenser plaisir, désir et connaissance dans un contexte social et économique de plus en plus difficile ? Comment adapter et synchroniser l'action culturelle du musée à l'évolution de la société ? Autant de thèmes rassemblés ici au profit d'une réflexion de fond sur l'un des équipements phares des politiques culturelles.

éléments nouveaux : théories, points de vue, méthodes, etc. *L'intérêt initial des Cultural Studies pour les médias procède d'un double tournant culturel : d'un côté, prendre la culture au sérieux en passant du concept marxiste d'idéologie à celui gramscien d'hégémonie, et, d'un autre côté, étendre la notion de culture, au-delà du réductionnisme élitiste.* (p. 6) Parties donc d'une recherche sur les médias, les *Cultural Studies* se sont très vite ouvertes à toutes les formes de pratiques culturelles, comme en témoigne la prolifération, un peu inflationniste, de « *Studies* » comme autant de sous-chapitres du mouvement général. On peut reprendre les exemples proposés dans l'introduction : *Reception, Subculture, Fan, Internet, Game, Visual*, mais aussi : *Gay, Lesbian, Queer, Transgender, Porn*, ou enfin : *Postcolonial, Subaltern, Black, Ethnic, Race, etc.* Le premier groupe touche à l'objet, incluant les différentes sortes de médias, le deuxième à la prise en compte du « genre » et peut être réuni dans les *Gender Studies*, le troisième touchant aux problèmes de race et de rapports de dominations, mais toujours dans le champ culturel. Cette prolifération ne doit pas cacher l'unité de ces recherches, que l'intitulé général *Cultural Studies* désigne bien. Comme l'écrivent les présentateurs du livre : *Il reste qu'une unité existe toujours dans les recherches les plus diversifiées. Une démarche typiquement Cultural Studies consiste en un débordement de frontières disciplinaires souvent étanches aux nouveautés et défiantes envers les hybridités. Il s'agit de saisir l'irruption des marges dans les processus centraux, de mesurer leur affirmation et leur reflux, les formes qu'elles opposent et négocient.* (p. 7) Cette unité est donc centrée autour de la question de la domination, – les auteurs disent « rapports de pouvoir », – mais il me semble ici qu'il s'agit plus d'une analyse en termes de processus et d'interactions que le mot « domination » traduit mieux.

Les auteurs insistent beaucoup dans leur introduction tout à fait passionnante par sa richesse documentaire, sur les décalages entre ce mouvement intellectuel – qu'ils désignent d'ailleurs assez justement du terme « d'in-discipline », – d'origine anglo-saxonne avec ce qui s'est passé dans la même période en France. L'analyse des différences et des oppositions paradigmatiques et méthodologiques est tout à fait pertinente. Cependant, elle n'est peut-être pas aussi tranchée que ce que semblent indiquer les auteurs. En effet, leur analyse laisse percer par ailleurs bien des points d'accrochage avec presque tous les auteurs qui ont été, plus ou moins, considérés comme « structuralistes » en France. On retrouve ainsi dans les références affichées par les auteurs anglo-saxons des *Cultural Studies* Louis Althusser ou Jacques Lacan, mais aussi Roland Barthes, Michel de Certeau ou encore Jacques Derrida, sans compter que les traducteurs et introducteurs de Richard Hoggart en France ont été Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron, ce dernier a d'ailleurs organisé un séminaire autour de Richard Hoggart, dont les textes ont été publiés<sup>1</sup>.

## BREÈVES

### LA CITÉ DES MOTS

Alberto Manquel, Arles, Éditions Actes Sud, 2009, 160 p., ISBN : 9782742780389, 18 €.

Voici rassemblées ici les contributions données en 2007 par Alberto Manquel dans le cadre des Conférences Massey de l'université de Toronto, où des personnalités de premier plan sont invitées à débattre sur des sujets d'ordre philosophique et culturel. Poursuivant son œuvre qui compte, entre autres titres, *Une histoire de la lecture* et *La Bibliothèque, la nuit*, l'auteur, ancien lecteur personnel de Borges, relie ici les réalités politiques du monde contemporain (identité, globalisation...) à de grands récits fondateurs, des œuvres et des poèmes. Alberto Manquel pose des questions de fond : « Comment vivre ensemble ? », « Comment les histoires que nous racontons nous aident-elles ? » ou encore « Est-il possible qu'elles nous transforment, nous et le monde dans lequel nous vivons ? ». Il remet ainsi en cause les discours politiques et économiques dominants qui attaquent un imaginaire collectif, indispensable à la construction d'un monde plus stable et tolérant.

### AFRICULTURES

La revue des cultures africaines, Association Africultures, L'Harmattan, ISSN : 1276-2458.

*Africultures*, revue trimestrielle co-éditée par l'association éponyme Africultures et L'Harmattan, contribue depuis 1997 à la (re)connaissance des expressions culturelles africaines contemporaines en Afrique et en Occident. Elle est devenue une référence incontournable en la matière. Espace de parole offert aux artistes et acteurs culturels africains, elle est élaborée en lien avec des journalistes et des hommes de lettres du continent. Chaque numéro présente un dossier central qui lui donne son titre. Pour citer certains thèmes qui nous sont proches, rappelons les numéros consacrés aux festivals et biennales d'Afrique, au livre, aux musées, ou encore au rapport entre économie et développement culturel. Le dossier peut rendre hommage à de grands artistes (Sembène Ousmane, Francis Bebey) ou aborder la question culturelle sous un angle plus sociétal (métissage, mondialisation) ou territorial (Haïti, Cameroun, Afrique lusophone). Il est toujours suivi d'une rubrique d'actualité et de critiques largement ouvertes sur les disciplines littéraires et artistiques (livre, disque, cinéma, théâtre, danse, arts plastiques). On retrouve les archives numériques de la revue sur le site [www.africultures.com](http://www.africultures.com). Celui-ci présente aussi l'agenda des événements culturels africains, ainsi que les projets de mise en réseau de l'association (Afriphoto, Afrithéâtre, Africiné, Afrilivres). L'association édite une autre revue, *Afriscopes*, et d'autres sites Internet parmi lesquels [www.sudplanete.net](http://www.sudplanete.net), [www.afriphoto.com](http://www.afriphoto.com), [www.afriscopes.f](http://www.afriscopes.f).

Cela dit, cette remarque ne retire rien au fait que dans la diversité des courants des sciences sociales en France, une part, sans doute importante (il est difficile d'en dire plus par manque de critères) a résisté par l'ignorance ou pire par le rejet aux apports des *Cultural Studies* pendant longtemps, sur ce point les auteurs de la présentation sont fondés à parler de « grand écart ».

Ils insistent donc sur les moments importants de cette histoire. Sans doute, un des apports essentiels de ce courant est d'avoir ouvert à l'analyse scientifique un certain nombre d'objets considérés comme secondaires, voire indignes de la recherche : cultures jeunes ou populaires, séries télévisées, etc. et pour l'avoir vécu au moment de mes premières recherches sur *Harlequin* et ses lectrices au début des années 80, je peux témoigner des attitudes de rejet, voire de mépris, de bien des collègues devant ce qu'ils considéraient comme un dévoiement de la recherche « sérieuse ». Rares étaient ceux, qui comme Louis-Vincent Thomas disaient qu'il n'y avait pas de mauvais objets en sociologie, mais seulement de mauvaises démarches d'analyse. *La notion de culture hésite alors entre le sens ethnologique généreux des traits incorporés d'un groupe social, à la Hoggart, et une culture composée de « signes » (« textes ») plus ou moins flottants, qui renvoient fortement aux productions issues des médias chez Hebdige. Ce furent là deux grands péchés initiaux : le refus de la hiérarchie sociale comme explication ultime et une visée socio-sémiologique. En France l'étiquette est donc péjorative, et ce plus on remonte dans les générations de chercheurs. On en sait les deux principales raisons : un statut secondaire des objets analysés dans ce cadre, comme les cultures populaires et jeunes (musicales notamment), l'art étant privilégié en France ; un privilège donné aux usages des acteurs, à rebrousse-poil d'une tradition plus déterministe (ou individualiste d'ailleurs) française.* (p. 9).

Ils insistent ensuite sur l'importance de la prise en compte dans l'analyse, après le « tournant culturel » fondateur, de la question du public, dans le « tournant de la réception », qui consiste à aller voir ce que ressentent, pensent, disent de leurs pratiques les consommateurs de culture, lectrices d'*Harlequin*, spectateurs de télévision, de films porno, ou de concerts rock ou rap.

Enfin la prise en compte des dimensions de genre et de l'origine ethnique et des rapports de dominations historiquement liés aux rapports de sexe ou d'exploitation, notamment coloniale, introduit, ou plutôt ré-introduit, une dimension plus directement politique dans l'analyse des pratiques et des consommations culturelles.

Le livre présente donc une vingtaine d'articles ou chapitres d'ouvrage répartis en trois parties et six chapitres, qui sont autant de portes d'entrée dans les logiques intellectuelles de ce courant théorique : la culture et la subculture, la réception

## BRÈVES

### L'ART DU MARCHÉ DE L'ART

Marie Maertens, Collection Que, Bruxelles, Éditions Luc Pire, 2008, 110 p., ISBN : 978-2-507-000-431, 12 €.

Marie Maertens livre avec *L'art du marché de l'art* un essai court, alerte et bien informé. Le segment du marché auquel elle s'intéresse, à savoir l'art contemporain, est, dans la période considérée, antérieure à 2008, hyperspéculatif et hyperflorissant. Les questions qu'elle pose sont pertinentes : « Quel est le rôle des foires dans la création artistique, qui sont les nouveaux collectionneurs et quelle est la responsabilité des acquisitions sur l'établissement de la cote des artistes ? Les pays émergents représentent-ils un nouvel eldorado ? *In fine*, cette spéculation et cette spectaculisation de l'art profitent-elles à tous et dans quelle mesure ? » Les réponses sont fournies, pour l'essentiel, par le montage judicieux d'extraits de quarante interviews d'acteurs intervenant dans le monde de l'art. La mosaïque ainsi composée offre une vision lucide et argumentée du double jeu de l'art et de l'argent dans un marché dominé par l'incertitude. On peut juste regretter que l'auteur n'ait pas cherché à approfondir sa réflexion sur la structure et le fonctionnement d'une bulle spéculative dont elle décrit avec art les effets. Tel n'était pas, à l'évidence, son propos.

Raymonde Moulin, *Sociologue de l'art*

### LES AVENTURIERS DE LA CULTURE

Guide de la diversité culturelle, Françoise Benhamou, Paris, Culturesfrance, Naïve, Partage des cultures, 2008, 267 p., ISBN : 978-2-35476-045-8, 25 €.

Ce guide de la diversité culturelle dresse le portrait d'une centaine de personnalités, d'artistes de la diversité qui militent à travers le monde pour maintenir une pluralité dans la création, la production et la diffusion artistique. Qu'ils soient entrepreneurs, créateurs d'entreprises ou acteurs militants, « ces aventuriers de la culture » font de la résistance face aux nombreuses menaces qui pèsent sur la diversité culturelle (mondialisation mal maîtrisée, industrialisation et marchandisation de la culture) en mettant en place des initiatives et des outils en faveur de cette diversité et en s'engageant plus longuement dans une démarche de développement de la diversité culturelle à travers le monde. Ce guide présente également les œuvres de quelques artistes plasticiens impliqués dans cette même pluralité ainsi qu'une analyse de la convention de l'Unesco sur la diversité culturelle.

et les publics, la dimension publique et conflictuelle de la culture. Chaque partie est introduite par un court texte qui permet de mettre en perspective les textes présentés et d'en comprendre l'intérêt scientifique.

Un ouvrage donc fort utile et à proposer à tous ceux qui s'intéressent aux phénomènes culturels. Les apports des *Cultural Studies*, aujourd'hui grâce aux efforts conjugués de plusieurs chercheurs – dont les trois éditeurs de cette anthologie – commencent à irriguer de façon positive les recherches en France, ouvrant des perspectives tout à fait passionnantes par l'approche transdisciplinaire qu'elles proposent des différentes dimensions de la vie culturelle. Comprendre comment s'est constitué et a évolué ce courant intellectuel devrait permettre d'éviter bien des confusions et de développer ce type de recherches en France.

**Bruno Péquignot**

Professeur de sociologie, Paris 3

Sorbonne Nouvelle/ CERLIS/ Paris Descartes/CNRS

# BRÈVES

## L'APPLAUDISSEMENT

Jimi B. Vialaret, Paris, L'Harmattan, 2008, 429 p., ISBN : 978-2-296-05417-2, 38,50 €.

Pourquoi applaudit-on ? L'applaudissement est un acte collectif qui génère une énergie sociale liée à la joie, la fête, le rite. Il est le support d'un pouvoir politique et d'un jugement artistique, la libération d'une angoisse. Cette attitude du spectateur est un acte constitutif et constituant du public. À travers un travail de recherche, d'observation en terrains divers et d'enquêtes, Jimi B. Vialaret interroge le concept d'applaudissement et la pratique des « claqueurs », de la Grèce antique jusqu'aux émissions télévisées d'aujourd'hui. Dans la première partie de cet ouvrage original, l'auteur relit l'histoire et la géographie du théâtre et plus généralement du spectacle à travers le filtre de l'applaudissement. Dans une deuxième partie, il cherche à théoriser l'applaudissement en termes de sciences humaines. Il analyse davantage la disposition comportementale de l'« applaudisseur » et parvient *in fine* à dessiner une typologie de l'applaudissement.

## INTRODUCTION AUX ENJEUX ARTISTIQUES ET CULTURELS DES JEUX VIDÉO

Sébastien Genvo, Paris, L'Harmattan, coll. Champs visuels, décembre 2008, 89 p., ISBN : 2-7475-3675-0, 11 €.

Que l'on juge les jeux vidéo comme étant un loisir de masse aliénant ou une nouvelle forme d'art, le secteur est depuis quelques années devenu un phénomène culturel et économique de grande ampleur. L'auteur, spécialiste et acteur dans ce domaine, commence par donner une définition du jeu vidéo et de son industrie dans une perspective historique. Il s'intéresse ensuite aux différents regards que la société porte sur les jeux vidéo et s'attarde sur la réception et la perception des jeux par les utilisateurs, à travers l'examen de plusieurs clubs d'amateurs passionnés. Un dernier chapitre est consacré à l'analyse des enjeux artistiques – jeu vidéo comme œuvre et moyen d'expression artistique – et de la logique d'institutionnalisation. L'ouvrage de Sébastien Genvo montre à quel point ce secteur, très médiatisé mais réellement connu et compris uniquement par les seuls initiés, questionne à la fois les pratiques culturelles, le champ des industries culturelles et le monde de l'art.

### NOTES

1- *Richard Hoggart en France*, Textes rassemblés par Jean-Claude Passeron, Paris, Bibliothèque Publique d'Information, 1999.

## UNE OU DES HISTOIRES CULTURELLES ?

Poirrier, Philippe (dir), *L'histoire culturelle : un tournant mondial dans l'historiographie?*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, 2008, 198 p., ISBN : 978-2-915611-06-9, 20€

Si l'importance de l'histoire culturelle dans l'historiographie contemporaine n'est plus à démontrer<sup>1</sup>, le projet d'une histoire comparée de l'histoire culturelle, proposé dans le dernier ouvrage dirigé par Philippe Poirrier, constitue une première mondiale. En demandant à une quinzaine d'historiens représentant 13 pays (Australie, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, États-Unis, France, Grand-Bretagne, Italie, Norvège, Roumanie, Suède, Suisse) et trois continents (Europe, Amériques, Océanie) d'expliquer ce que signifiait l'histoire culturelle dans leur pays et les voies qu'elle empruntait, l'historien dijonnais, un des meilleurs historiographes actuels de la question<sup>2</sup>, tentait un pari audacieux, dont le résultat surprend par la quantité d'informations bibliographiques réunies et la qualité des problématiques ouvertes.

C'est tout à l'honneur des Presses universitaires de Dijon de rendre accessible une telle moisson, en ayant assuré les traductions nécessaires et la publication soignée de textes courts et tous parfaitement lisibles. Par sa nature historio-bibliographique, l'ouvrage s'adresse avant tout aux historiens, mais tous ceux qui fréquentent, de près ou de loin, les travaux se réclamant de l'histoire culturelle auraient grand intérêt à le fréquenter, tant il contribue à dessiner le paysage intellectuel du temps présent, éclairant références et circulations des idées et des textes.

L'ouvrage n'est, bien entendu, pas exempt de défauts, à commencer par l'impossibilité de couvrir l'ensemble des aires historiographiques potentiellement intéressées par un tel sujet. Roger Chartier signale, dans une belle postface, la nécessité de prolonger l'analyse en direction des aires asiatiques et en particulier du Japon, de même qu'il faudrait combler les manques concernant l'Amérique latine et centrale et l'Europe de l'Est. L'absence, pour des raisons de délai éditorial, de l'Allemagne, est sans doute la plus regrettable, même si les exemples suisse et scandinave permettent de rappeler l'influence de l'*Alltagsgeschichte*<sup>3</sup> et de nuancer l'impression d'une historiographie

*Loïc Vadelorge (suite p. 90)*

## BRÈVES

### L'ÉDITION

Bertrand Legendre, Paris, Éditions Le Cavalier Bleu, collection Idées reçues, 2009, 126 p., ISBN : 978-2-84670-235-5, 9,50 €.

Le principe de la collection « Idées reçues » du Cavalier Bleu consiste à faire le point sur divers sujets entre vérités, idées fausses et stéréotypes. Dans ce livre consacré à l'édition, Bertrand Legendre, auteur de plusieurs ouvrages sur le thème et professeur en science de l'information et de la communication, passe en revue un éventail d'idées reçues, de clichés pour les remettre en question, prendre de la hauteur sur des sujets tels que « le numérique va tuer le livre », « l'édition n'est pas rentable », « l'édition c'est avant tout la littérature ». Cet ouvrage a le mérite de décliner un large éventail de questions que pourrait se poser un lecteur extérieur à l'édition et d'apporter des réponses précises à un secteur en bouleversement.

### DE NOUVEAUX MODÈLES DE MUSÉES ?

Formes et enjeux des créations et rénovations de musées en Europe, XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle, Anne Solène Rolland, Hanna Murauskaya (dir.), Patrimoines et Sociétés, Paris, L'Harmattan, 2009, 342 p., ISBN : 978-2-296-07436-1, 30 €.

Issu d'un colloque pluridisciplinaire sur l'imitation et la diffusion de modèles de musées, cet ouvrage collectif en questionne les nouvelles formes aux XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles. Les musées sont révélateurs des contextes sociaux, historiques, politiques. Les contenus, la gestion des collections, les modes de fonctionnement, le « geste » architectural dans les projets muséographiques contemporains constituent des pistes problématiques permettant d'appréhender la mobilisation de modèles et de normes. À partir d'exemples variés (les musées d'arts décoratifs, les musées « monographiques », le cas du projet du Louvre à Abu Dhabi), l'ouvrage aborde la problématique des typologies, la question de l'ancrage des musées au territoire, la diversité culturelle, et interroge plus largement – c'est son intérêt principal – la notion de musée et son usage sociétal.

polarisée autour des *cultural studies* anglo-saxonnes d'une part et de la Nouvelle histoire culturelle française d'autre part. Par ailleurs, la dimension transversale de l'histoire culturelle, qui touche aujourd'hui à tous les secteurs de l'historiographie, rendait à priori impossible la délimitation précise du champ concerné. D'une aire géographique à une autre, et en fonction surtout des centres d'intérêts des contributeurs, les analyses peuvent varier sensiblement, tant dans l'espace bibliographique retenu – des deux derniers siècles pour les uns aux trente dernières années pour les autres – que dans les thématiques couvertes – histoire des pratiques quotidiennes, histoire de l'écrit, histoire du genre, histoire des guerres, histoire de l'éducation, etc. Cette indétermination conceptuelle de l'histoire culturelle mondiale n'est finalement que le reflet des multiples acceptions possibles du terme, enregistrées dès les fondements de la discipline.

C'est d'ailleurs l'un des premiers intérêts de l'ouvrage qui rappelle que l'histoire culturelle est d'abord affaire de traditions historiographiques, dont certaines comme l'ethnographie rurale scandinave, la *Volkskunde* germanique ou l'histoire des civilisations de Jacob Burckhardt remontent au XIX<sup>e</sup> siècle. De ce point de vue, la conception française d'une « nouvelle histoire culturelle » qui émergerait dans le dernier quart du XX<sup>e</sup> siècle et que signalerait la création, en 1998, de l'Association pour le développement de l'histoire culturelle, mérite d'être discutée et certains, comme ici l'historien belge Paul Aron, ne s'en privent pas. Il apparaît au demeurant assez clairement que les fondements de l'histoire culturelle contemporaine se situent plus sûrement entre les années 1950 et 1970, tant du côté de l'histoire sociale de la culture en Grande-Bretagne<sup>4</sup> que du côté de l'histoire des mentalités puis de la « Nouvelle histoire » en France (de Robert Mandrou à Roger Chartier en passant par Alain Corbin). En ce sens, l'ouvrage dirigé par Philippe Poirrier suggère que l'histoire culturelle serait une modalité de l'histoire sociale et non une rupture avec elle, comme de nombreux historiens ont pu le craindre à tort ou à raison. Reste que cette modalité a engendré un certain nombre de déplacements méthodologiques ou thématiques, dont témoigne l'intérêt partagé par de nombreux contributeurs pour l'histoire du genre ou l'histoire des cultures de guerres. C'est d'ailleurs logiquement à ce niveau d'analyse que se situe la réalité du travail historique international – voir, par exemple, l'histoire de l'édition ou l'histoire de la lecture – plus qu'au niveau historiographique.

Chemin faisant toutefois, et au-delà des différences d'approches et des décalages explicables par les conditions de la production historique (l'Espagne de Franco ou la Roumanie de Ceaucescu) ou le retard des traductions (la France et les *cultural studies*<sup>5</sup>), l'ouvrage s'interroge sur la cohérence d'un « tournant culturel » de l'historiographie mondiale. Il alimente la démonstration en pointant quelques références partagées – *linguistic turn*, *French theory*, *gender studies* – et

## BRÈVES

### RENCONTRES MUSICALES DANS LES QUARTIERS

Enfance et Musique, format DVD, 2007

L'association Enfance et Musique travaille depuis plus de vingt ans au développement des pratiques culturelles et artistiques auprès des jeunes enfants et leurs familles, dans les crèches, les centres de protection maternelle et infantile, les bibliothèques, les centres sociaux, les écoles maternelles. Le DVD « Rencontres musicales dans les quartiers » présente les rencontres musicales parents-enfants initiées par l'association dans des quartiers en Île-de-France, des chansons collectées auprès de mamans de différentes cultures participant à ces rencontres ainsi que des éléments de réflexion issus de ces actions.

### L'EMPLOI CULTUREL EN ALSACE

**Chiffres pour l'Alsace**, dossier n°15, DRAC Alsace, INSEE Alsace, Éditions INSEE, janvier 2009

À la suite d'autres régions françaises, l'Alsace bénéficie d'une grande enquête sur l'emploi culturel, fruit d'un partenariat entre la Direction régionale des affaires culturelles et l'Insee.

Cette publication présente des éléments de connaissance chiffrés qui permettent de saisir la diversité de l'emploi culturel, sa richesse et sa complexité, et d'en appréhender la réalité professionnelle sociale. La présentation statistique est, en effet, enrichie par des analyses croisées relatives à un domaine singulièrement complexe du fait de la diversité des réalités qu'il recouvre.

En identifiant les lignes de forces mais aussi les fragilités, ce travail a pour objectif de nourrir la réflexion entre collectivités et services de l'État sur l'importance des politiques culturelles en termes d'emploi, mais également d'aménagement du territoire, de démocratisation culturelle et de formation professionnelle.

quelques rares auteurs – Roger Chartier, Peter Burke, Carlo Ginzburg – reconnus comme les passeurs internationaux de la *new cultural history*<sup>6</sup>. C'est ici sans doute que l'analyse mérite d'être approfondie pour au moins deux raisons. D'une part, elle pose la question des perméabilités disciplinaires entre l'histoire proprement dite et les sciences sociales. En quoi le tournant culturel est-il propre à l'historiographie du temps présent ? N'est-il pas, comme le suggèrent les références faites par de nombreux contributeurs de l'ouvrage à d'autres disciplines comme la sociologie (Norbert Elias), l'anthropologie (Clifford Geertz) ou l'histoire de l'art (Michael Baxandall), caractéristique de l'ensemble des sciences sociales contemporaines ? N'y aurait-il pas lieu dès lors de mentionner d'autres auteurs comme Howard Becker<sup>7</sup>, Bernard Lahire<sup>8</sup> ou Michael Walzer<sup>9</sup>, qui ont eux-aussi produit des travaux de référence sur la différence ? D'autre part, elle pose la question de la construction internationale des champs historiographiques. Si la référence unanime à Roger Chartier salue fort justement une œuvre théorique majeure<sup>10</sup>, l'absence de mention des travaux de Pascal Ory ou Jean-François Sirinelli pose problème. Ceux que les historiens français classent comme culturalistes n'apparaissent pas comme tels dans d'autres aires historiographiques. Hasard du choix des contributeurs ? *In fine*, c'est bien la nature du lien entre histoire culturelle et histoire politique qui est posée implicitement par cet ouvrage. En arrimant l'histoire culturelle au ponton de l'histoire sociale, ce livre contribue à poser la question de l'identité historiographique du champ des politiques culturelles. Gageons que ce débat historiographique-là ne fait que commencer.

**Loïc Vadelorge**

*Maître de conférences en histoire contemporaine,  
Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines*

# vient de paraître



## JAZZ ET MUSIQUES IMPROVISÉES : QUELS ENJEUX AUJOURD'HUI ?

**Actes du colloque** organisé les 15 et 16 mai 2008 au Tarmac de la Vilette par l'AFIJMA, avec l'appui de l'Observatoire des politiques culturelles, *Les Cahiers de l'AFIJMA* n°2, avril 2009.

Ce Cahier restitue les Actes du colloque organisé en mai 2008 par l'AFIJMA (Association des Festivals Innovants en Jazz et Musiques Actuelles) dont le propos était d'initier une réflexion pluridisciplinaire qui s'interroge sur la place du jazz dans les politiques publiques de la culture. Cette publication reprend les quatre grandes parties qui ont ponctué les deux journées du colloque : la singularité du jazz ; les enjeux et problématiques des « réseaux Jazz » en France ; l'histoire du secteur et des politiques culturelles en faveur du jazz ; la refondation des politiques publiques en faveur du jazz. Avec des contributions de philosophes, de sociologues d'économistes, de musiciens, d'élus et de directeurs d'équipements culturels, de festivals, etc., dont les regards complémentaires font de cette publication un bel outil de réflexion.

**Publication en téléchargement gratuit sur le site :**  
<http://www.afijma.asso.fr>

### NOTES

1- Ory, Pascal, *L'histoire culturelle*, Paris, PUF, coll. « Que Sais-Je ? », n° 3713, 2004 et Martin, Laurent et Venayre, Sylvain (dir), *L'Histoire culturelle du contemporain*, Actes du colloque de Cerisy, Nouveau monde éditions, 2005.

2- Poirrier, Philippe, *Les enjeux de l'histoire culturelle*, Paris, Le Seuil, coll. Points, L'histoire de débats, 2004.

3- Ludtke, Alf (dir), *Histoire du quotidien*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 1994, traduction française d'un livre paru en 1989.

4- Revue *Past and Present*, travaux de E.-P. Thompson, Raymond Williams, Richard Hoggart.

5- Mattelart, Armand et Neveu, Erik, *Introduction aux cultural studies*, Paris, La Découverte, 2003

6- Hunt, Lynn (ed), *The new cultural history*, University of California Press, 1989.

7- Becker, Howard, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988.

8- Lahire, Bernard, *La culture des individus*, Paris, La Découverte, 2004.

9- Walzer, Mickaël, *Pluralisme et démocratie*, Paris, Esprit-Seuil, 1997.

10- Notamment l'article cité dans de nombreuses contributions : Chartier, Roger, « Le monde comme représentation ». *Annales ESC*, novembre-décembre 1989, p. 1505-1520.