

---

**CORRIGÉ**

---

**Dans quelle mesure le mécénat culturel d'entreprise sert-il à la fois les intérêts de la culture et ceux de l'entreprise ?**

Promulguée en 2003 sous l'impulsion du ministre de la Culture de l'époque, Jean-Jacques Aillagon, la loi sur le mécénat avait mis en place un dispositif fiscal très incitatif qui s'était traduit par une forte augmentation des sommes allouées par les entreprises au mécénat, en particulier dans le secteur de l'art et de la culture. Une dizaine d'années plus tard, alors que le ministère des finances envisage de réduire l'avantage fiscal institué par la loi Aillagon, le mécénat culturel semble en crise : faire des dons pour financer des programmes culturels n'apparaît plus comme une priorité aux entreprises, qui suscitent réciproquement de la méfiance chez certains acteurs du monde culturel. Dans quelle mesure le mécénat culturel sert-il alors à la fois les intérêts de la culture et ceux de l'entreprise ? Si le mécénat culturel se conçoit comme un échange qui profite aussi bien à la culture qu'à l'entreprise, son utilité est aujourd'hui remise en cause par la crise qu'il traverse. Pour garantir une relation équilibrée entre la culture et l'entreprise, le mécénat culturel doit se réinventer.

En tant que relation d'échange, le mécénat culturel est conçu pour profiter également aux entreprises qui en sont à l'origine et aux organisations culturelles qui en bénéficient.

Le mécénat d'entreprise est d'abord devenu une source de financement essentielle pour le secteur culturel. Comme le rappelle Johan Popelard, historien de l'art, dans un article pour *Le Monde diplomatique*, le mécénat est encouragé depuis les années 1980 par l'Etat, qui y voit une source de financement alternative pour la culture, en complément des politiques publiques. La loi Aillagon sur le mécénat a largement bénéficié, financièrement, aux grandes institutions culturelles : ainsi le Louvre a presque vu tripler ses ressources financières issues du mécénat entre 2006 et 2009. Le rapport de la commission parlementaire sur les nouvelles formes de mécénat culturel nous informe qu'aujourd'hui encore, dans un contexte de crise, les grandes institutions culturelles telles que le Louvre ou le Musée d'Orsay voient augmenter les dons qui leur sont faits par les entreprises.

Le mécénat culturel profite aussi aux entreprises qui le pratiquent. Dans sa pétition de 2012 en faveur du mécénat, Olivier Tcherniak, président d'Admical, une association de défense et de promotion du mécénat, invite les entreprises à faire l'expérience du partage et de la générosité : le mécénat serait un antidote au repli sur soi observé en temps de crise. Johan Popelard reprend ironiquement ces déclarations vertueuses pour souligner les intérêts plus tangibles que trouvent les entreprises à pratiquer le mécénat : au-delà des avantages institués par la loi de 2003, qui permet aux entreprises mécènes de défiscaliser leurs dons à hauteur de 60% et de bénéficier d'avantages en nature qui font du mécénat un outil de communication, les entreprises voient surtout dans le mécénat un moyen de donner un sens à leur action et de s'ennoblir au contact de la culture.

S'il semble conçu pour bénéficier à la fois à la culture et aux entreprises, le mécénat culturel voit pourtant son utilité remise en cause par la crise qu'il traverse aujourd'hui.

Ce sont d'abord les entreprises qui ne semblent pas sûres de trouver leur compte dans les actions de mécénat culturel. Cette méfiance s'est récemment traduite, comme nous l'apprend un article de Marie-Aude Roux dans *Le Monde*, par une baisse spectaculaire des sommes allouées au mécénat culturel, qui a diminué de 63% entre 2008 et 2010. La culture n'est plus désormais que le troisième poste de mécénat, derrière le social et le sport. En réponse à la pétition lancée par Olivier Tcherniak, Sylvère Piquet et Jean-Michel Tobelem affirment que cette baisse régulière vient du fait que les entreprises ne sont pas encore convaincues de la réelle capacité du mécénat à servir l'image de marque de l'entreprise, à fédérer ses salariés et à renforcer son implantation territoriale. À cette crainte d'un faible retour sur investissement, s'ajoute selon Anne Gombault, professeur de gestion spécialiste du management culturel, la peur des contraintes qu'engendrerait le mécénat culturel, dans un secteur traditionnellement marqué par l'emprise de l'Etat.

Les institutions culturelles, quant à elles, craignent de voir leur action dévoyée par le mécénat d'entreprise. Anne Gombault énumère dans sa conférence les peurs relatives au mécénat d'entreprise, du côté de la culture. Les organisations culturelles ont peur d'être utilisées à des fins mercantiles par les entreprises qui se serviraient d'elles pour améliorer leur image de marque, tout en tirant du mécénat des contreparties exorbitantes. Elles craignent aussi que le développement du mécénat culturel aille de pair avec un retrait de l'Etat qui se défausserait sur les entreprises de son rôle actif dans le financement de la culture. Mais surtout, elles ont peur de perdre leur indépendance artistique. C'est ce que confirme l'article de Florence Evin dans *Le Monde*, qui souligne que des institutions comme le Louvre, le musée du Quai Branly ou le Centre Pompidou sont farouchement attachées à l'indépendance de leur choix artistiques, réservés aux conservateurs «maison», à l'exclusion des entreprises mécènes.

Pour garantir une relation équilibrée entre l'entreprise et l'institution culturelle, le mécénat culturel doit donc se réinventer.

Une première tendance de fond, dans la transformation actuelle du mécénat culturel, est l'implication croissante du mécène dans l'action culturelle qu'il contribue à financer. Les deux articles du *Monde* observent que les entreprises sont de plus en plus exigeantes et veulent être partie prenante dans les programmes artistiques et culturels, bien au-delà de leur apport financier. Florence Evin retrace ainsi le véritable partenariat artistique qui s'est noué entre Hermès et le Palais de Tokyo, plus ouvert que la plupart des grands musées à la participation de l'entreprise mécène au projet artistique. Cette tendance est néanmoins démentie par Anne Gombault, qui pense que l'entreprise a tout intérêt à rester extérieure aux choix artistiques de l'institution culturelle, dont l'indépendance donnerait toute sa valeur au mécénat. Johan Popelard, quant à lui, déplore l'émergence d'une esthétique spectaculaire, monumentale et ludique, celle des Lille 3000 et autres Monumenta, qui serait liée à cette collusion entre le monde de l'art et celui de l'entreprise.

Une autre tendance d'avenir pour le mécénat culturel est celle du «mécénat croisé», qui permet de concilier le souci de responsabilité sociale des entreprises et l'action culturelle. Marie-Aude Roux explique en effet que si les entreprises ont semblé délaisser le champ du mécénat culturel, c'est parce qu'elles privilégient désormais les actions relevant de leur responsabilité sociale. Le mécénat croisé est celui qui se porte sur des projets culturels à vocation sociale. Ainsi, les entreprises préféreront contribuer au financement de programmes éducatifs, ou de projets favorisant l'accès des publics défavorisés à la culture, plutôt que de

financer une création artistique détachée de toute utilité sociale. La commission parlementaire à l'origine du rapport sur les nouvelles formes de mécénat culturel se félicite de l'émergence de ce mécénat croisé, qui fait pleinement partie, selon elle, du mécénat culturel, et participe à la démocratisation de la culture qui reste l'un des objectifs majeurs de l'action culturelle.

Ainsi, l'évolution actuelle du mécénat culturel semble servir les intérêts de l'entreprise, dont l'action prend tout son sens avec l'implication croissante dont elle fait preuve auprès de ses partenaires culturels. Cette évolution semble aussi conforme à l'intérêt général, dans la mesure où elle contribue à la démocratisation de la culture. Mais la transformation du mécénat culturel justifie aussi les craintes de certains acteurs du monde culturel, qui risquent de voir leur autonomie remise en cause et, surtout, la culture réduite à n'être plus considérée qu'en fonction de son utilité sociale.