

Séquence 20 : Faire évoluer la commande publique dans le domaine culturel

Intervenants -Introduction :

- ▶ **Anastasia Makridou, experte à la Fondation Hans Hartung et Anna-Eva Bergman (programme des nouveaux commanditaires), Antibes.**
- ▶ **Nicole Jimenez ; Chargée du réseau régional et des rencontres de Admical, Paris. Animation : Pascal Massiot, Journaliste à Jet.FM, Saint-Herblain.**

Synthèse orale :

- ▶ Pascal Massiot.

Elus et partenaires :

- ▶ Patricia Bodénès, élue St Herblain, déléguée aux arts plastiques et au développement durable, Nantes
- ▶ Jean-Philippe Magnen, Conseiller Municipal de Nantes délégué à l'Economie Sociale et Solidaire.
- ▶ Jean-Louis Kerouanton, chargé de mission patrimoine, DRAC des Pays de la Loire.

Acteurs :

- ▶ Laure Coirier, co-responsable et plasticienne, La Luna, Nantes
- ▶ Olivier Narioo, Nantes
- ▶ Monique Hervouët, metteuse en scène, Cie Banquet d'Avril, Nantes
- ▶ Marie Laure Guennoc, initiatrice du projet Passe-Partout, Saint-Herblain

Nombre de personnes dans la salle : 40 participants.

I.a - Introduction n°1 : Anastasia Makridou.

A. Les grands axes de l'intervention

Anastasia Makridou présente un film réalisé à l'occasion d'un projet initié en 2002. La commune de Saint Thélo (460 habitants - Côtes d'Armor - Bretagne) a fait appel au " programme des nouveaux commanditaires " de la Fondation de France par le biais du CAUE des Côtes d'Armor. Ce programme des " nouveaux commanditaires " est mis-en-œuvre depuis 14 ans. Un travail de concertation a d'abord été mené en

tre les citoyens commanditaires, les professionnels et les experts de la culture, aboutissant au choix d'un artiste proposant un aménagement du site. Il a été demandé à Tadashi Kawabata d'intervenir dans la commune, en se nourrissant du potentiel des rencontres et des relations humaines, ici présentes dans le village, dans un esprit d'exigence artistique. Le projet s'intitule " mémoire en demeure " et s'inscrit dans trois petites maisons situées en face du futur musée des Toiles (fabrication de toiles de lin, patrimoine culturel de la commune, futur circuit touristique de " la Route du Lin "). Il s'agit de retrouver un sens

culturel à la commune, qui se vide progressivement de ses habitants et dépérit, et de lui procurer une économie culturelle et touristique par le biais de son patrimoine. Il s'agit aussi de se ré-appropriier la mémoire du village en construisant du neuf avec l'ancien. Plusieurs rencontres sont ménagées entre les étudiants en art et en architecture, qui accompagnent et assistent Tadashi Kawabata, et la population du village. Les étudiants sont hébergés par les habitants, ils réalisent d'abord les relevés des bâtiments dans un contexte d'échanges inter-générationnel et inter-culturel. C'est le processus long (Work Shop s'étalant sur trois ans) qui permet aux habitants de s'approprier le projet.

Ce programme est un double programme (un programme de rénovation doublé d'un programme de création artistique accompagné d'une forte communication) ouvert à une multiplicité de commanditaires : quartiers, villages, associations, groupements divers, conseillés par une commission d'experts du milieu de l'art. Le but est de réaliser des œuvres, qui appartiennent au corpus des œuvres d'art reconnues, mais qui ont aussi une valeur d'usage.

Axe 1 : ouverture à une multiplicité de commanditaires.

Le but premier de ce programme est que chacun, groupe de personnes, association, petite collectivité territoriale, puisse y avoir accès (village déserté, dans le cas de Saint-Thélo). Ce sont donc des personnes qui n'ont habituellement pas accès à ce type de culture qui peuvent en bénéficier, et c'est aussi un moyen de redonner du sens à un lieu, de retisser des liens entre les personnes, de ré-amorcer une vie dans un territoire. Le coût du programme est pris en charge par la Fondation de France.

Axe 2 : processus et rencontre

Ce programme insiste sur la rencontre entre des commanditaires et un créateur, sur un temps long, favorisant le processus plutôt que le résultat. En effet, c'est dans cette lenteur du temps de travail partagé avec les gens, que peuvent se créer ces liens, que les habitants peuvent progressivement se ré-approprier leur mémoire en lui redonnant un sens pour le présent (redynamiser les savoirs-faire et l'économie du village, réinterpréter les paysages et les installations). La participation des commanditaires aux profils très différents fait évoluer la commande publique.

Et réciproquement, c'est le regard et le travail de personnes étrangères aux territoires (ici l'artiste japonais Tadashi Kawabata) qui déplace le sens et permet une ré-appropriation inventive et positive : une construction pour l'avenir. Souvent, le programme propose aussi un accompagnement pédagogique, par exemple ici, un cycle de conférences, conférences sur l'Art et l'Architecture.

B. Parti pris ou message général

Ce programme propose de réduire le problème dans laquelle se trouve jusque là la création culturelle contemporaine et, notamment, de permettre sa rencontre avec des publics différents, de favoriser son accès pour les diverses populations, d'offrir des moyens de réalisation culturelles et artistiques à des communes qui en manquent. Une inversion du sens de la commande, qui plutôt que de partir du haut (l'Etat) est initiée par le bas (une demande d'un groupe, d'une association ou d'une collectivité par exemple) est une opportunité dont il faut se saisir.

I.b - Introduction n°2 : Nicole Jimenez

A. Les grands axes de l'intervention

Nicole Jimenez présente l'association Admical (association pour le développement industriel commercial artisanal et local). Cette association fait la promotion du mécénat et met en relation des mécènes, petites ou grandes entreprises, voire artisanales, et des artistes, des créateurs.

Axe 1 : Rencontre entre un mécène (ou une entreprise) et un artiste.

Le premier grand avantage de cette " association " entre une entreprise et un artiste est bien justement la rencontre entre deux modes de représentation. C'est de cette rencontre qu'émane le projet artistique qui est donc porteur de sens pour l'artiste comme pour l'entreprise et les personnes qui y travaillent. C'est aussi cette rencontre qui distingue le mécénat du partenariat (prise en charge de dépenses de fonctionnement soumis à un critère d'équivalence des échanges) et du sponsoring (se limitant à de la communication visuelle).

Axe 2 : une nouvelle loi a été votée en faveur du mécénat : il faut s'en saisir.

L'accès au mécénat est désormais facilité pour les entreprises, qui y trouvent un avantage fiscal : obtenir 60% de défiscalisation du don faite à l'association aidée ou à l'artiste rencontré . Il reste donc à les convaincre les entreprises de cet avantage et de la facilité de réalisation de telles opérations. Toutes les entreprises sont concernées, quelque soit leur échelle, et l'association Admical s'évertue à les sensibiliser, à les informer, notamment les plus petites, qui pensent rarement pouvoir trouver un intérêt quelconque dans cet engagement (alors que les avantages culturelles et financiers sont avérés).

Il reste aussi à informer les artistes qui négligent souvent cette ressource financière et qui la confondent souvent, mais à tort, avec les contrats de sponsoring.

B. Parti pris ou message général

Le mécénat, facilité aujourd'hui par deux récentes lois, assure non seulement un intérêt financier (défiscalisation pour les entreprises et ressources financières pour les artistes) mais elle permet une rencontre entre des hommes, une entreprise et son personnel.

II - Position des élus et des partenaires :

Jean-Philippe Magnen : un projet comme celui qui est présenté dans ce film agit sur l'espace public, la question est alors posée du choix de l'artiste : qui en a l'expertise ? En tant qu'élu, il est indispensable de se demander de quelle façon le processus de participation peut se mettre en place (quelle est l'interaction avec la population ?). C'est cette condition, celle du portage collectif de la décision, qui garantit l'intérêt d'un tel programme.

Par ailleurs, la question du financement, qui est à la base de cet atelier pose un autre problème : depuis les années 80, le financement était essentiellement assuré par l'Etat, et par les dispositifs d'aide à l'emploi. Actuellement, la prise en charge par les collectivités territoriales est totale mais les ressources sont insuffisantes. Et une des solutions est en effet de mixer les financements (publics et privés), en axant les prises de responsabilité et de décision sur l'intérêt du développement territorial, partagé entre instances publiques et structures privées (largement bénéficiaires du développement culturel d'une région). C'est

une voie à venir qui semble être parfaitement légitime

Jean-Louis Kerouanton : il est en effet important de savoir comment on procède et avec qui : il paraît légitime qu'un artiste souhaite mener son projet seul, la valeur d'usage n'étant pas l'unique valeur et exigence artistique .

Cependant, aujourd'hui, en réponse aux remarques du public qui insiste sur l'inscription dans le social et l'espace public des projets culturels, l'enjeu de la solidarité et du partage devient un facteur prépondérant de la commande publique. Cet enjeu n'est pas immédiatement perceptible par tous, même s'il est notoire.

Enfin, si l'œuvre finale a moins de valeur que le processus qui la crée, il n'empêche que la médiation des " sachants -experts et professionnels de l'art contemporain " reste légitime.

Patricia Bodenes : il est difficile d'adopter un discours de technicien.

A Saint Herblain, la confiance est donnée aux équipes de professionnels qui détiennent ce savoir indispensable à la mise en œuvre d'une politique culturelle juste et enrichissante.

Mais il est vrai que l'incompréhension est souvent grande entre les élus et les artistes. En ce moment, la ville travaille sur une re-définition de sa politique, en y associant au mieux les élus. Mais la culture représente une misère dans les budgets municipaux, et les élus, mandatés et poussés par des échéances temporelles, sont impatients et veulent avant tout des résultats qui sont économiquement et immédiatement efficaces. C'est une situation difficile et contradictoire.

III - Les expériences ou initiatives relatées par les porteurs de projets.

Nous avons préféré éviter les exemples, pour passer directement au débat et aux questions, les points de vue entre les porteurs de projets, les intervenants et les politiques ont été vifs et instructifs.

IV- Les principaux thèmes qui émergent du débat, les questions posées et propositions (entre élus, acteurs, partenaires)

1 : Sélection et choix de l'artiste.

Le mode de fonctionnement que propose le " programme des nouveaux commanditaires " s'appuie encore une fois sur un comité d'experts qui, en l'occurrence, décide de ce qui est le " bon art ". Or, hasard ou non, dans le projet présenté par le film, l'artiste financé est encore une vedette internationale, valeur montante du marché spéculatif de l'art.

On ne peut donc éviter ces deux questions : " Qui choisit ? et pour quels objectifs ? " et aujourd'hui " pour quels critères de choix décide-t-on d'opter ? " Opte-t-on avec l'argent des collectivités publiques et des Fondations privées pour conforter le " business " des marchands côtés en bourses, sous couvert d'une démarche apparemment philanthrope ? Le territoire et ses habitants deviennent-ils facteurs d'alibis pour un commerce qui ne change en rien ses règles ?.

2 : Quelle transparence dans les différentes prises de décision ?

Si le but annoncé d'un projet est que la population marginalisée se ré-approprié sa mémoire et sa culture, pour mieux agir sur son développement économique et culturel, on ne peut l'écarter des processus de décision et des stratégies de financement. La

question ici posée est : _ “ Ce projet, présenté par Anastasia Makridou, a-t-il été réalisé dans une totale transparence des moyens de mise-en-œuvre nécessaires à la réalisation d’un tel projet ? les habitants ont-ils été associé aux prises de décision ? “. Aucune réponse claire n’a été donnée à ces questionnements.

3 : Quelle est la perspective d’un projet culturel et artistique ?

Un projet soutenu par le programme des nouveaux commanditaires peut-il avoir lieu s’il n’y a pas de retombées immédiatement économiques, spéculatives ou s’il ne devient pas un objet d’attraction touristique ? Une plus-value économique est-elle la seule condition pour obtenir le financement de la Fondation de France ?

En effet, les dérives économiques et touristiques représentent un risque important pour le développement des territoires. Car, pour des effets d’image, on travaille, par exemple avec des architectes qui font des “ Œuvres ”, objets démonstratifs qui ne sont pas nécessairement liés au territoire et à ses cultures (c’est le cas de Bilbao, qui devient un parc touristique d’attractions et qui chasse petit à petit la population et ses activités diversifiées). Cela pose alors le problème du rapport entre la culture locale réelle et le tourisme, entre l’espace public et l’image de marque d’une collectivité. On ne peut certes pas échapper à cette logique économique, mais il faut en être conscient et savoir décider de ce qu’on en fait, quelles en sont les limites et les vices cachés.

4 : La réalité des intérêts des mécènes.

Les entreprises qui font acte de mécénat sont-elles si désintéressées, pourquoi les noms de ces entreprises sont-ils associés à chaque exemple cité (Paribas, Carrefour...) ? Par ailleurs, existe-t-il vraiment une “ rencontre ” entre l’artiste ou le créateur et les salariés ou le personnel de l’entreprise en question ? Cela pose la question de la participation du personnel aux prises de décision du projet financé par l’entreprise. Les statuts respectifs des différents acteurs (l’entreprise qui prodigue ses dons et le créateur “ heureux bénéficiaire ”) pose aussi la question du déséquilibre dans le pouvoir final de la décision et donc du risque de la dictature du marché, les exemples donnés ne sont pas encourageants.

5 : quid des financements publics ?

Il devient très difficile de savoir où se tourner pour être financé, et les artistes et les créateurs ont besoin que les pouvoirs publics partage la responsabilité “ éthique ” avec eux-mêmes et les diverses sources de financements. Quand l’Etat encourage le mécénat, il s’offre, par là même, la possibilité de se désengager financièrement.

Les collectivités n’agissent-elles d’ailleurs pas comme des mécènes : Acheter une plus-value culturelle ”, facilement médiatisable pour promouvoir sa propre image de marque et un retour sur investissement marchand ?

V - Les pistes de collaboration pour l’avenir et les progrès à réaliser ensemble (entre collectivités et acteurs de l’ESS)

Piste 1 : Il faut créer une charte du mécénat équitable pour préserver les territoires et les populations d’une dictature de marché mettant en danger les populations et les cultures locales .

Piste 2 : Le mécénat ne suffit pas, il faut établir de nouvelles formes de contrats entre les

politiques, les entreprises et les porteurs de projet, qui garantissent une équité et une diversité de modes et d'échelles de projets.

Piste 3 : la question de la mise en débat, de l'évaluation, du choix de l'artiste et de la transparence quant aux moyens qui sont mis en jeu pour chaque projet reste à définir, dans le cadre du programme des nouveaux commanditaires et du mécénat, comme dans le cadre des subventions publiques accordées par les collectivités.

Piste 4 : Les mécènes doivent s'impliquer dans des questionnements éthiques, raisonner sur des valeurs autres que le tout marchand, pour que leur " offre " soit envisageable. Car le développement économique (éducation, santé, culture, qualité de vie) d'un territoire ne peut pas se réduire aux règles du commerce.

VI- Remerciements aux différentes personnes ayant porté ce débat (Structure / Intitulé de l'expérience / Intérêt/ e-mail / téléphone)

- ▶ Anastasia Makridou, experte à la Fondation Hans Hartung et Anna-Eva Bergman, 173, chemin du Valbosquet, 06600 Antibes ; 04 93 33 45 92 ; courrier@fondationhartungbergman.fr
- ▶ Nicole Jimenez, Chargée du réseau régional et des rencontres de Admical, 16, rue Girardon - 75018 Paris ; 01 42 55 20 01 ; www.admical.asso.fr ; njimenez@admical.org
- ▶ Laure Coirier, plasticienne, La Luna, 6, rue des Hauts Pavés, 44 000 Nantes ; Collectif@laluna.asso.fr ; 02 40 58 07 19 ; www.laluna.asso.fr
- ▶ Olivier Narioo ; zebra3 ; 02 40 89 25 69 ; olivier.narioo@wanadoo.fr
- ▶ Monique Hervouët, metteuse en scène à Banquet d'Avril ; Banquetd'avril@wanadoo.fr
- ▶ Marie Laure Guennoc, initiatrice Passe Partout, agence culturelle de Saint Herblain ; 02 28 25 25 55

Synthèse rédigée par Juliette Monbureau et Marie P. Rolland (La Luna). Nantes, juillet 2005.