

Emmanuel Rybojad,
soutenu par Xanêla

Les entreprises sont **LES MÉCÈNES DU XX^{ÈME} SIÈCLE**

Prenant le relais des pouvoirs publics et des particuliers fortunés, les entreprises sont de plus en plus impliquées dans l'écosystème de la production et de la diffusion artistique.

Sans Les Médicis, pas de Michel Ange. Aujourd'hui, les grandes familles aristocratiques sont remplacées par les grandes sociétés, notamment dans le secteur du luxe (Cartier, Cardin, LVMH...) et la finance, mais aussi, de plus en plus, par les PME. Aux États-Unis, la plupart des grands musées ou des salles de concert sont financés depuis toujours par l'argent privé. En France, où le monde de la culture préfère traditionnellement l'argent de l'État à celui des acteurs privés, le sujet a longtemps été tabou. En 2003, la loi dite Aillagon, en augmentant et simplifiant les déductions fiscales

pour les montants investis par les mécènes, professionnels ou particuliers, a ouvert les portes. Les entreprises ont longtemps préféré réaliser des opérations prestigieuses, à l'image du *portrait du duc d'Orléans* d'Ingres, d'une valeur de 11 millions d'euros, qui a pu rejoindre les collections du Louvre en 2006 grâce à Axa. Aujourd'hui, elles s'engagent de manière plus structurée. «Être mécène aujourd'hui, pour une entreprise ou un entrepreneur, c'est faire le choix de l'audace pour susciter une transformation en profondeur de la société, décider d'entraîner dans une dynamique porteuse de sens et d'avenir les personnes

qui l'entourent ; c'est s'engager dans une démarche qui crée de la valeur pour le mécène tout en contribuant à l'intérêt général», explique François Debiesse, président délégué d'Admical, une association qui milite depuis 1979 pour le développement du secteur. Être mécène, c'est tendance : le baromètre du mécénat d'entreprise en France, publié tous les deux ans par Admical, annonce pour la première fois depuis six ans une montée significative des chiffres du mécénat. Les entreprises mécènes sont de plus en plus nombreuses (de 12% en 2014 à 14% en 2016) et sont plus généreuses, puisque le budget alloué à leurs actions s'élève à présent à 3,5 milliards d'euros (+25%).

Des Prix pour la création

L'une des démarches les plus répandues pour les entreprises consiste à créer des prix récompensant des artistes dans différents domaines. C'est le choix de l'assureur MAIF qui soutient depuis dix ans les artistes plasticiens. Le Prix MAIF pour la Sculpture permet chaque année à un artiste plasticien émergent de réaliser une première œuvre en bronze, matériau noble mais difficile d'accès, dans une approche contemporaine. En 2017, elle a récompensé Angelika Markul pour son projet *Myloodon de Terre*, qui s'inspire des mythes et légendes autour de cet animal préhistorique. Son projet sera réalisé en bronze en deux exemplaires au cours du 1^{er} semestre 2018, une nouvelle expérience pour l'artiste qui souhaite ainsi se confronter à la transition entre les matériaux qu'elle utilise habituellement et le bronze.

Le Centre Pompidou accueille chaque année, depuis 2000, le Prix Fondation d'entreprise Ricard récompensant un artiste émergent de la jeune scène française. Les œuvres des lauréats, offertes par la Fondation d'entreprise Ricard au Musée national d'art moderne enrichissent ainsi la collection du Centre Pompidou. Le dernier lauréat, Clément Cogitore, distingué pour son court-métrage *Parmi nous*, est un adepte de l'art vidéo : «*Pour moi l'art contemporain ou l'art en général est à l'opposé de l'industrie du cinéma. Il y a certaines œuvres vidéo qui sont faites avec des petites équipes de tournage, comme il y a des pièces que je fais entièrement seul avec une toute petite caméra, du début à la fin. Cela me permet de réinterroger mon rapport à la fabrication des images, c'est-à-dire de ne jamais m'enfermer dans une manière de penser, une manière de regarder le monde, les comédiens, les gens, les paysages que je filme, d'essayer à chaque fois de trouver une forme qui soit la plus singulière par rapport à ce que j'essaie de mettre en place.*»

Marc Ladreit de Lacharrière, fondateur de la société financière Fimalac, souhaitait impliquer son entreprise au service de la culture et de la solidarité. En 2006, il a créé la Fondation Culture & Diversité, unique en son genre, avec pour mission de favoriser l'accès aux arts et à la culture des jeunes issus de milieux modestes. Elle conduit au sein des établissements scolaires des programmes, élaborés en lien avec les institutions culturelles et les grandes Écoles de la Culture partenaires, avec le soutien des ministères de l'Éducation nationale et de la Culture. Près de 30.000 élèves issus d'environ 220 établissements scolaires relevant de l'éducation prioritaire en ont bénéficié. La Fondation soutient également le Prix de Photographie Marc Ladreit de Lacharrière - Académie des beaux-arts. Ce prix, d'un montant de 15.000 euros, a pour vocation d'aider des photographes confirmés à réaliser un projet significatif et à le faire connaître au ●●●

LECLERC SOUTIEN LE MUSÉE DE PONT-AVEN

Le Musée de Pont-Aven et le Fonds Hélène & Édouard Leclerc pour la culture (FHCL) développent une politique de partenariats avec d'autres institutions culturelles dans le but de travailler, en synergie, au rayonnement de la culture pour tous. La signature de cette convention a pour objectif de resserrer les liens entre ces deux institutions culturelles



devenues phares en Bretagne. Fort d'une fréquentation de plus de 120.000 visiteurs en 2016, le nouveau musée de Pont-Aven, géré par Concarneau

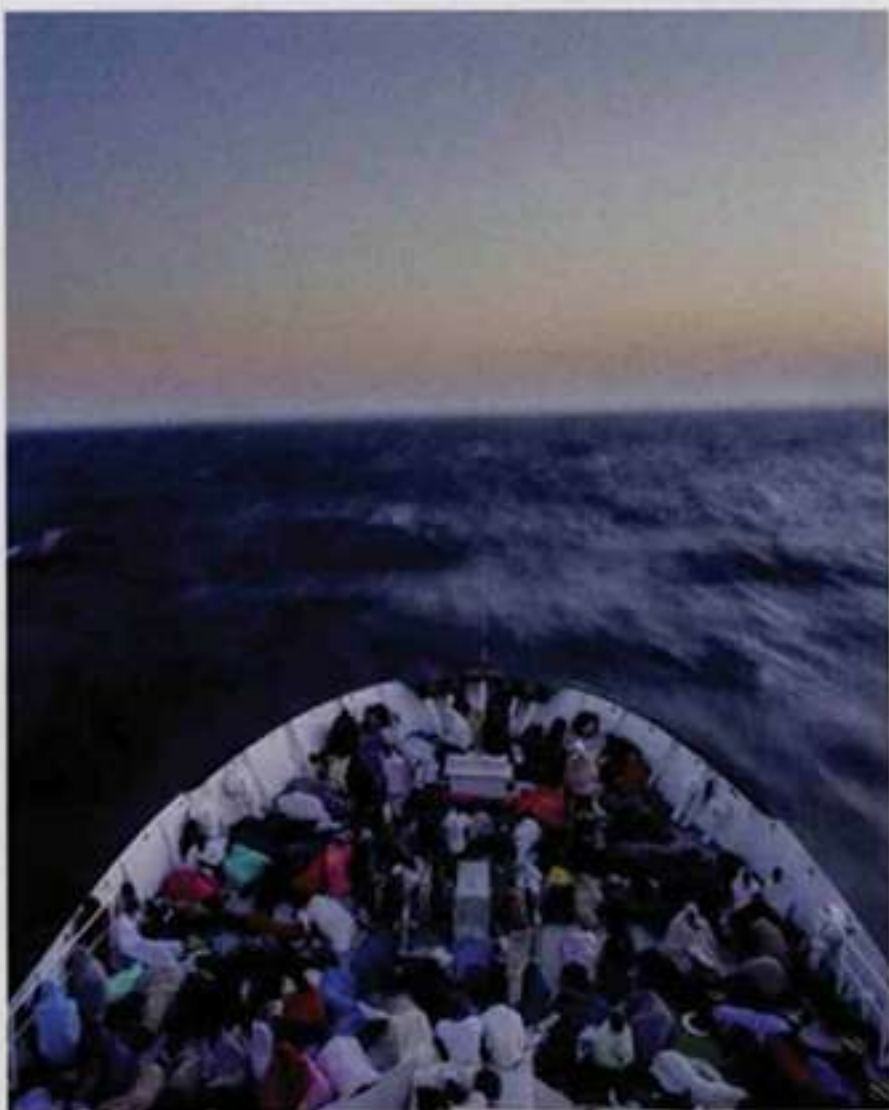
Cornouaille Agglomération, présente l'aventure artistique de l'école éponyme et du synthétisme initié notamment par Paul Gauguin. L'objectif du musée est de rendre accessible sa collection et de développer une politique d'expositions temporaires d'envergure sur l'art entre 1860 et 1950. Ce partenariat permet aux deux institutions d'échanger et de partager leurs expertises dans tous les domaines liés à leurs activités : gestion des sites culturels, médiations et relations avec les publics, expographie... Il s'agit de la première convention de partenariat signée entre un «*Musée de France*», le nouveau Musée de Pont-Aven, et le Fonds Hélène & Édouard Leclerc.

The Favorite

World's Greatest Magazine



Fahamu Pecou, *Negus is as Negus does*, collection Société Générale.



Bruno Fert, *Mer Méditerranée*, juillet 2017, lauréat du Prix de Photographie Marc Ladreit de Lacharrière, MV Aquarius.

●●●public. L'année suivant son attribution, le lauréat expose à l'Institut de France. Les travaux de Bruno Fert, distingué en 2016, sont ainsi visibles jusqu'au 19 novembre.

Expositions et collections

Pour structurer leur politique de mécénat, les grandes entreprises ont souvent recours à une Fondation. C'est le cas de la Maison de Champagne Louis **Roederer**, créée en 2011 pour pérenniser les actions conduites depuis 2003. Elle est notamment partenaire du Palais de Tokyo depuis sa réouverture en 2012, soutenant plusieurs expositions par an. Dernière en date, la carte blanche à Camille Henrot qui présente un vaste ensemble d'œuvres organisées autour de la notion de dépendance. La Fondation Louis **Roederer** s'est également engagée aux côtés du Grand Palais en accompagnant l'exposition consacrée au photographe américain Irving Penn.

La Société Générale pour sa part a choisi une autre voie en constituant depuis plus de 20 ans une vaste collection. Initiée en 1995, la Collection Société Générale rassemble plus de 500 œuvres originales et 750 lithographies, éditions et sérigraphies, constituant l'un des plus importants ensembles d'art contemporain réunis par une banque en France. Elle a été conçue à l'origine comme un engagement fort envers les collaborateurs pour accompagner le passage du centre historique de Paris aux nouvelles tours du quartier d'affaires. Avec pour ambition de mettre en résonance le monde de l'art avec celui de l'entreprise, rapprochant artistes et collaborateurs



José Selgas et Lucía Cano.

MARTELL VOIT LES CHOSES EN GRAND

Lancée en octobre 2016, la Fondation d'entreprise Martell développe une programmation pluridisciplinaire favorisant les collaborations locales, nationales et internationales. Incarnée par un bâtiment moderniste singulier au cœur de la Ville de Cognac, la Fondation se déploiera à terme sur près de 5.000 m² et 5 étages en différents espaces immersifs et créatifs qui ouvriront aux publics en plusieurs phases. En juin 2017, la Fondation d'entreprise Martell a inauguré une commande in situ, architecture protéiforme inédite créée par les architectes espagnols SelgasCano et destinée à investir en totalité la vaste cour pavée située devant la Fondation



Pavillon Martell de SelgasCano, José Selgas et Lucía Cano, architectes, 30 juin 2017 - 30 juin 2018, acier, onduline, 786 coussins de PVC, bois 1.340 m², 31 sections de 2,40 m de large.

jusqu'en juin 2018. À cette date, dans une démarche écoresponsable, le Pavillon sera démonté puis reconstruit ailleurs afin de lui donner une seconde vie. Pour José Selgas et Lucía Cano, le duo derrière la marque SelgasCano, «Ce pavillon a été spécifiquement conçu pour les vastes dimensions de

l'espace, 26 x 90 mètres, soit 2.350 m², emblématiques de la longue histoire de Martell. Nous avons eu carte blanche et avons voulu donner le ton en occupant l'ensemble du site avec notre pavillon. Notre deuxième décision a été de travailler avec un matériau unique. En raison de la grande dimension du projet,

le matériau devait être accessible et disponible en quantité. Il fallait aussi qu'il soit léger, afin d'être facile à démonter et à transporter. L'Onduline, une combinaison de polyester et de fibre de verre conditionnée en rouleau d'à peine 1 mm d'épaisseur, proposé par l'une des principales entreprises de construction françaises, nous a rappelé le papier de riz traditionnel japonais. Le travailler était un processus très naïf et simple, comme lorsque l'on joue distraitement avec un morceau de papier pendant une réunion». Premier projet en France des architectes espagnols, ce pavillon abritera des activités spécifiques évocatrices de la future programmation de la Fondation. Les visiteurs peuvent vivre, depuis cet été, des expériences créatives et performatives, grâce à des créateurs invités parmi lesquels l'Atelier W110 ou la marque 71 bis et à des partenaires artistiques dont l'Abbaye aux Dames.



Angelika Markul, *Mylodon de terre*, Prix MAIF 2017.

autour des valeurs communes d'innovation et de créativité, la Collection se déploie dans tous les espaces du siège et des Dunes, le nouveau technopôle de Val-de-Fontenay. En collaboration avec la galerie Backslash, elle accueille pour la première fois une exposition monographique dédiée à Fahamu Pecou présentant 46 œuvres de l'artiste américain issues de collections privées françaises et internationales. La Collection Société Générale a acquis dès 2014 une œuvre de l'artiste, intitulée *Negus is as Negus Does* (153 x 132 cm), représentant une couverture de presse inspirée de *The Favorite Magazine*, premier magazine «publié pour et

par des gens de couleur» dans les années 1920 et sur laquelle l'artiste brandit d'une main, telle la statue de la liberté, une statuette Yoruba (Nigéria) et de l'autre un document qui pourrait être le «Cahier d'un retour au pays natal» de l'écrivain Aimé Césaire.

Les PME aussi

Ainsi, XanLite, 40 millions d'euros de chiffre d'affaires, spécialiste de l'éclairage LED créé il y a vingt ans par Serge et Yann Addad a choisi de soutenir Emmanuelle Rybojad, dont les créations ont notamment été exposées à l'occasion du 70^{ème} Festival International du Film de Cannes 2017. Un partenariat évident puisque la LED est au cœur de l'œuvre de l'artiste qui crée aussi bien des mosaïques de Rubik's cubes, des puzzles géants placés sur des miroirs pour se jouer des perspectives, que des coffres lumineux où elle met en scène des formes géométriques. XanLite est tout simplement devenu le fournisseur officiel d'Emmanuelle Rybojad, qui se réjouit d'explorer de nouvelles pistes de créations à partir des produits proposés par la marque.

Les petites entreprises peuvent aussi se regrouper. Ainsi, en Bretagne, l'association Les mécènes entrepreneurs, qui compte 23 membres, organise une exposition de sculptures dans les cinq hectares du parc d'Ar Milin à Châteaubourg, gratuite et ouverte à tous pendant 5 mois. Depuis 14 ans, le Jardin des Arts a accueilli plus de 250 œuvres et 90 artistes. Pour Christophe de Veyrac, repreneur et dirigeant de TAB (Tréfilerie d'Acier de Bretagne) qui vient de rejoindre l'association, «Le mécénat est à la fois signe d'audace et d'innovation. Il prouve un engagement et une ouverture, à l'art pour ce qui nous concerne. Dans notre métier, c'est osé. Tout jeune mécène de l'association, nous avons déjà

JUAN TRAVIESO SIGNE UNE SÉRIE LIMITÉE POUR PERRIER

La célèbre marque d'eau pétillante a une relation historique avec les artistes. Personne n'a oublié la célèbre pub avec Grace Jones signée Jean-Paul Goude. Cette année, Perrier a fait appel à Juan Travieso pour habiller une série limitée de bouteilles et de canettes ainsi qu'une collection d'objets du quotidien (vélo, sac à dos, carnet de notes...). L'artiste d'origine cubaine et installé en Floride a développé sa propre signature



Juan Travieso

artistique en combinant plusieurs influences et inspirations avec des technologies modernes. Un choix naturel pour la responsable de la marque, Laure Goutagneux : «Les œuvres de Juan incarnent le côté "animal" de la nature d'une manière moderne et surprenante. Il a naturellement réussi à exprimer le côté sauvage de cette opération que nous avons justement baptisée PerrierxWild». Pour Juan Travieso, cette collaboration s'est aussi avérée d'une grande simplicité : «Perrier travaille avec des artistes depuis plus de 150 ans, c'est un engagement fort qui a résisté à l'épreuve du temps. Tous les



projets artistiques de la marque ont permis aux artistes de laisser libre cours à leur créativité. La seule contrainte a été de s'adapter au packaging, d'intégrer des éléments extérieurs comme les logos, de mettre en avant la diversité des animaux dans des formats précis, un véritable challenge. Cela m'a permis de grandir et d'apprendre de nouvelles choses sur moi-même. Je n'ai jamais eu ce type d'expérience avec une autre marque. En tout cas, pas d'une manière aussi forte et extraordinaire». Les étiquettes imprimées sur les manchons des bouteilles comportent des éléments phosphorescents : les yeux des animaux sauvages et certains éléments typographiques brillent dans le noir.



acquis l'œuvre d'une artiste exposée l'an dernier, avec qui nous avons beaucoup de points de convergence, dont la matière, et à qui nous venons de fournir une tonne de fer à béton. Voici une belle rencontre». Et des initiatives qui contribuent à la vitalité de la création artistique.