

Charte éthique du musée du Louvre en matière de mécénat, parrainage et autres relations avec les entreprises ou fondations

Préambule

Le contrat d'objectifs et de moyens approuvé par le CTP du 18 avril 2003 et le Conseil d'administration du 28 mars 2003 comprend l'engagement du musée du Louvre d'accroître ses ressources propres auprès des entreprises comme des particuliers ou des fondations.

Cet engagement, parallèle à l'effort significatif de l'Etat en sa faveur, est considéré par le musée du Louvre comme une opportunité :

- non seulement de diversifier les ressources susceptibles de financer son développement ;
- mais aussi de faire venir au musée un public nouveau, notamment les salariés de ses entreprises partenaires, à travers les facilités de visites dont ils sont susceptibles de bénéficier.

La nature et les conditions générales d'octroi des contreparties susceptibles d'être proposées aux partenaires du musée dans le cadre de telles opérations de mécénat, donation, parrainage, et mises à disposition d'espaces font l'objet d'une information régulière devant le Conseil d'administration du musée.

Néanmoins, s'agissant de ressources destinées à participer au financement d'un établissement public dépositaire de collections admirées dans le monde entier, responsable d'un monument essentiel de l'histoire de France, et investi d'une mission générale de service public culturel, le musée du Louvre souhaite voir énoncées un certain nombre de règles déontologiques qui guideront ses relations avec les entreprises, les fondations et les particuliers dans le cadre de ces opérations.

1. Restrictions quant à la nature ou à la situation des entreprises partenaires ou des donateurs

a. Le parrainage devant clairement être considéré comme un élément de la stratégie de communication des entreprises, le musée du Louvre veillera à ce qu'aucune action de parrainage ne se trouve en contradiction avec les lois en vigueur en France, et en particulier avec la législation sur la publicité du tabac et des alcools.

b. Le musée s'interdit de recevoir des fonds ou des donations de toute nature de la part d'organisations politiques ou syndicales françaises ou étrangères, que ce soit dans le cadre d'opérations de mécénat, de parrainage ou de mise à disposition d'espaces.

S'agissant de fonds ou de donations de la part d'organisations à caractère religieux, le musée s'attachera à faire en sorte qu'aucune des contreparties qu'il serait amené à accorder ne puisse heurter la sensibilité personnelle de ses visiteurs ou de ses agents, ou ne puisse être assimilée en aucune manière à une démarche de prosélytisme.

c. Par ailleurs, pour certains projets particulièrement sensibles (par exemple, la mise en place d'un schéma de sécurité des œuvres du musée), le musée du Louvre s'interdit d'accepter le mécénat ou le parrainage d'entreprises dont l'activité serait susceptible de laisser planer un doute quant à l'impartialité du choix des fournisseurs.

d. Dans un esprit voisin, le musée du Louvre se réserverait la possibilité de ne pas accepter le mécénat ou le parrainage d'une entreprise qui participerait (ou aurait participé récemment) à une mise en concurrence préalable à la passation d'un marché public, que le sujet du parrainage ou du mécénat éventuel ait un lien direct ou non avec l'objet du marché.

e. De même, le musée du Louvre se réserverait la possibilité de ne pas recevoir du mécénat ou du parrainage de la part d'entreprises opératrices sur le marché des œuvres d'art, de telle sorte que ne puisse jamais être mise en doute l'intégrité des transactions qu'il pourrait être amené à conduire avec elles dans le cadre de sa politique d'acquisition d'œuvres d'art.

f. Le mécénat reposant clairement sur l'octroi d'exonérations fiscales, le musée du Louvre se refuserait à passer un accord de cette nature avec une personne morale ou physique pour laquelle un doute raisonnable existerait quant à la régularité de sa situation vis à vis du fisc français ou de celui d'autres pays européens ou quant à la régularité de sa situation relative au droit commercial et de la concurrence ainsi qu'au droit pénal.

g. Enfin, et d'une manière plus générale, le parrainage, le mécénat et les mises à disposition reposant sur le principe d'une association d'images institutionnelles entre deux partenaires, le Président directeur prend l'engagement :

- de rechercher si nécessaire toute information susceptible de l'éclairer quant à la nature précise des activités d'un partenaire potentiel et quant à la manière dont ce dernier est perçu par le milieu où il exerce habituellement son activité ;
- de ne pas passer d'accord de mécénat, de parrainage ou de mise à disposition avec des partenaires dont les investigations ci-dessus auraient démontré qu'il subsisterait un doute réel quant à la légalité des activités exercées, ou qu'une association d'image avec lui puisse être préjudiciable à l'image du musée.

2. Indépendance artistique

Le musée du Louvre s'engage à n'accepter aucune intervention sur le contenu artistique d'un projet de la part d'une entreprise ou d'un particulier qui aurait soutenu financièrement en totalité ou en partie ledit projet dans le cadre du mécénat ou du parrainage.

3. Abus de bien social et pratiques de citation

Dans ses rapports avec les entreprises, le musée du Louvre prendra toutes les dispositions possibles pour qu'à aucun moment ne puisse lui être reproché d'avoir contribué à un abus de bien social, c'est à dire à un acte contraire ou sans rapport avec « l'intérêt de l'entreprise » avec laquelle il s'associe.

Ainsi, il s'assurera que toute relation contractuelle avec une entreprise partenaire s'inscrira :

- soit dans le cadre du mécénat d'entreprises, donnant lieu à des déductions fiscales selon les modalités définies dans l'article 238bis du CGI, ainsi qu'à des contreparties d'image quantitativement limitées
- soit dans le cadre du parrainage, c'est à dire d'un investissement accompli par l'entreprise en vue d'améliorer son image dans le cadre de sa stratégie de communication.

Ainsi par exemple, il veillera à ce que la dénomination qu'il choisira de faire figurer sur des supports pérennes (cartel d'une œuvre, gravure dans le marbre, inscription sur une plaque, ...) ou temporaires (affiches, programmes d'information, dossiers de presse, bannières, ...) est bien celle de la personne morale qui lui verse les fonds, représentée par sa raison sociale, son logo, ou toute autre appellation notoirement représentative de l'identité de l'entreprise ou de son activité industrielle ou commerciale.

Les conditions détaillées de l'exercice de cette pratique de citation font l'objet de négociations à chaque fois particulières, mais toujours encadrées par des principes généraux d'octroi de contreparties validés par le Conseil d'Administration.

4. Pratique de nommage

Le musée du Louvre s'interdit de débaptiser un espace du musée dont l'appellation serait « consacrée par l'histoire » (c'est à dire résultant d'un usage d'une durée supérieure ou égale à 50 années) pour lui donner le nom d'une entreprise ou d'un donateur individuel en remerciement d'un acte de parrainage ou de mécénat particulièrement important.

Si un espace n'a pas d'appellation historique, le Président-directeur pourrait proposer au Conseil d'administration du musée de lui donner le nom d'un donateur en remerciement d'un acte de parrainage ou de mécénat particulièrement important, et ce pour une durée nécessairement limitée dans le temps.

5. Environnement : droit d'usage, sécurité des personnes et des biens, gêne visuelle

a. Le musée s'engage à ce que les contreparties qu'il serait amené à accorder à une entreprise dans le cadre d'un acte de parrainage, de mécénat ou de mise à disposition d'espace, n'empêchent en aucun cas l'accès normal du public à l'offre culturelle du musée (par exemple, interdire l'accès à une salle normalement ouverte au public). Dans l'hypothèse où cet accès serait tout de même perturbé pour une durée limitée (par exemple, obligation d'emprunter un chemin détourné), le musée s'engage à mettre en œuvre les moyens d'information nécessaires à l'explication du public quant à la nature et la durée de la gêne occasionnée.

b. Si , dans le cadre d'un acte de parrainage, de mécénat ou de mise à disposition d'espace, le musée du Louvre était amené à accepter une contrepartie entraînant une modification de l'usage naturel d'un espace, celui-ci s'engage :

- à requérir au préalable les autorisations ou avis des autorités compétentes pour garantir la sécurité des personnes et du monument.
- à obliger les éventuels bénéficiaires de ces contreparties à remettre en état les espaces mis à disposition dans les délais les plus brefs

c. Si , dans le cadre d'un acte de parrainage, de mécénat ou de mise à disposition d'espace, le musée du Louvre était amené à accepter une contrepartie entraînant une gêne visuelle ou sonore conséquente pour son voisinage immédiat, le musée s'engage :

- à tout faire pour en limiter la portée au maximum ;
- à en informer au préalable les instances représentatives du dit voisinage ;
- à mettre en œuvre les moyens d'information nécessaires quant à la nature et la durée de la gêne occasionnée.

6. Respect des œuvres et de l'image du Louvre

Dans le cadre de mise à disposition d'espace à des entreprises en dehors des heures d'ouverture au public, le musée du Louvre s'engage à n'autoriser aucune activité qui risquerait de mettre en péril la sécurité des œuvres exposées.

Le musée s'engage à ne pas prêter d'œuvres à un organisateur d'expositions temporaires rendues possibles grâce à un programme de mécénat ou de parrainage s'il a des raisons de mettre en doute la rigueur scientifique du projet ou si les conditions techniques d'organisation ne lui paraissent pas suffisantes.

De même, le musée s'engage, dans la limite de la législation française sur le droit d'auteur, à veiller à ce que les images d'œuvres de ses collections ne soient pas utilisées par ses partenaires de manière injurieuse pour leur intégrité ou leur signification.

En ce qui concerne les œuvres d'artistes vivants ou décédés depuis moins de 70 ans, et dont l'auteur lui aurait confié la gestion de ses droits (par exemple, la pyramide conçue par IM Pei), le musée s'engage à n'autoriser aucun usage dégradant de leur image, en particulier par des entreprises partenaires .

Enfin, le musée s'engage à veiller à ce que tout usage du nom du Louvre par ses partenaires dans le cadre de leur politique de communication soit respectueux de son image et de la réputation de ceux qui y travaillent.

7. Activité commerciale ou artistique

Le musée du Louvre n'autorise d'activités commerciales sur son site que dans le cadre de concessions ou de délégations de service public. Il ne peut en aucun cas autoriser une entreprise à exercer une activité commerciale de vente de produits ou de services à l'occasion d'une mise à disposition d'espaces.

De même, le musée n'autorisera aucune activité artistique ou culturelle dans le cadre d'une mise à disposition d'espaces, si celle-ci lui semble incompatible avec l'objet social du Louvre ou avec son image.

8. Mise à disposition gracieuse

Le musée du Louvre ne peut mettre ses espaces à la disposition gracieuse d'un tiers (qu'il s'agisse d'une entreprise, une administration, une association ou toute autre personne morale ou physique) que dans le cadre d'une convention, à condition que cette mise à disposition gracieuse serve objectivement les intérêts du musée et que cela n'aboutisse pas à renoncer à une mise à disposition payant ou prévue dans le cadre de contreparties d'actes de mécénat ou de parrainage.

9. Clause de conscience des agents

Dans le cadre d'une mise à disposition d'espaces à une entreprise nécessitant la mise à disposition temporaire d'agents du musée, tout agent peut demander à se soustraire à cette mise à disposition s'il estime que l'activité de cette entreprise est contraire à ses convictions personnelles. Il est par ailleurs rappelé que pour les agents postés, la participation à ces opérations ne s'effectue que sur la base du volontariat.

En revanche, le musée ne pourra tolérer que la prise de position personnelle d'un agent influe sur celle d'autres agents par la contrainte, la menace ou toute autre forme d'obstruction.

10. Transparence

Le musée s'engage à tenir à la disposition des membres du Conseil d'administration ainsi que des membres titulaires du CTP qui en feraient la demande le détail des contreparties obtenues par tout parrain, mécène ou donateur dans le cadre d'opérations de parrainage ou de mécénat, à condition que ces derniers s'engagent à respecter les éventuelles clauses de confidentialité auxquelles le musée aurait accepté de souscrire à la demande de ses partenaires..