

L'apport de la culture à la diplomatie économique

Marie-Christine KESSLER

Directrice de recherches émérite au CNRS.

Les racines du pouvoir d'un pays dans la société internationale ne résident pas seulement dans les aspects les plus lourds et concrets de sa puissance : ressources de son sol et de son sous-sol, population, industrie, armement, PNB. Depuis 1990, la notion de *soft power* est devenue banale dans les théories des relations internationales. Le *soft power* correspond à la capacité d'attraction exercée par le modèle culturel d'un pays et à la possibilité pour celui-ci de faire accepter par les autres sa propre vision du monde ¹. En fait cette expression et notion à la mode ne font que formaliser des pratiques internationales anciennes. La culture est depuis très longtemps utilisée par certains États comme assise de leur rayonnement économique. La France a été pionnière en la matière. Depuis François I^{er}, ses diplomatie culturelle et commerciale ont été fortement imbriquées l'une dans l'autre. Les traités signés par François I^{er} avec Suleiman le Magnifique ont fait du Levant le terrain privilégié d'une coopération à la fois commerciale et culturelle. Les consuls et l'ambassadeur de France à Constantinople étaient les garants

1. J. Nye, *Bound to learn*, New York, Basic Books, 1990.

de la protection des intérêts commerciaux et religieux des individus et des communautés catholiques dans l'Empire ottoman. Tandis que des règles et tribunaux spéciaux protégeaient les commerçants installés sur place ou en transit, des congrégations religieuses sans cesse plus nombreuses se multipliaient dans toute cette zone, ouvrant des écoles et donnant un enseignement en français. Elles formèrent en français et à la française, les enfants d'élites locales. C'est ainsi qu'est née la pratique de la francophonie, même si le mot n'est apparu qu'au XIX^e siècle. Ceci montre qu'une politique culturelle extérieure peut précéder, accompagner une diplomatie économique avec laquelle elle se confond même totalement.

La culture débouche sur l'économie de plusieurs façons : elle peut devancer des opérations économiques, les faciliter, les entretenir. La culture elle-même constitue un marché qui ne peut laisser indifférente l'économie. Un grand succès culturel, un patrimoine historique et architectural, des richesses en tableaux, en antiquités, attirent des clients, des visiteurs dont la présence a une valeur marchande pour le pays qui les reçoit. En fait, ces liens entre culture et économie ne constituent pas forcément une donnée dont tous les pays tirent le même usage.

2

La culture est en effet un terme générique qui peut être décliné de multiples façons. La définition de la « culture » varie selon les pays. Les secteurs qui font partie du domaine « culturel » ne sont pas toujours les mêmes. Scientifiquement, aucune définition véritable ne peut lui être donnée : le concept de culture est flou et n'a jamais cessé d'être réexaminé et repensé par les anthropologues, les sociologues, les politologues.

« La notion de culture pose immédiatement des problèmes qui sont, si j'ose dire, ceux de son emploi au singulier et au pluriel. Si la culture – au singulier et même, éventuellement, avec une majuscule – est l'attribut distinctif de la condition humaine, quels traits universels inclut-elle, et comment définira-t-on sa nature ? Mais si la culture se manifeste seulement sous des formes prodigieusement diverses qu'illustrent, chacune à sa façon, les milliers de sociétés qui existent ou ont existé sur la terre, ces formes sont-elles toutes équivalentes ou sont-elles passibles de jugements de valeur qui, dans l'affirmative, retentiront inévitablement sur le sens de la notion elle-même ² ? » Plusieurs problèmes métaphysiques se posent : la culture peut-elle être considérée comme une marchandise comme les autres ? Comment concilier la liberté d'invention et de création de l'artiste avec un financement

2. C. Lévy-Strauss, *Discours au 60^e anniversaire de l'UNESCO*, 16 novembre 2005.

soit public soit privé? Au nom de quelle vérité esthétique l'État choisit-il de subventionner telles œuvres plutôt que telles autres? La culture doit-elle être protégée et aidée pour subsister dans un monde mercantile ou doit-elle affronter la liberté pour être elle-même? À chacune de ces questions des réponses différentes peuvent être données.

Ces conceptions variables de la culture conduisent à diverses formes de stratégies culturelles dont les implications sur la diplomatie économique ne sont pas identiques.

Par ailleurs, il ne faut pas oublier que « la diplomatie économique » elle-même n'est pas monolithique et est de nature très différente selon les régimes politiques et la conjoncture.

Ceci nous conduit à une palette de réponses qui tenteront de mieux cerner les rapports entre culture et diplomatie économique.

Des diplomaties publiques différentes

Tous les pays ne mettent pas en pratique de façon effective dans leur diplomatie, le principe d'une liaison entre culture et économie.

Dans les systèmes dirigistes de l'époque du rideau de fer, l'État intervient dans les moindres détails. Il y a un contrôle rigide sur l'exportation de la culture à l'étranger. Les artistes autorisés à se produire à l'étranger le font dans un cadre étroitement réglementé et surveillé et pour des raisons de prestige national. La culture est au service de l'État et donc, s'il le faut de l'économie. Certains liens de programmation existent entre le culturel et l'économique qui se renforcent l'un l'autre. Les commissions mixtes culturelles et économiques qui dressent les programmes des échanges bilatéraux se tiennent en principe séparément mais s'articulent : par exemple les pays de l'Est européen recherchaient des bourses pour les étudiants ou chercheurs dans des domaines bien délimités, jugés économiquement stratégiques. Ce système était celui de l'URSS et du bloc de l'Est. Il n'a pas totalement disparu car des États dictatoriaux existent encore... Toutefois, la fermeture des frontières qui entravait les marchés culturels et économiques n'existe plus. Les pays autoritaires procèdent à présent autrement s'ils en ont la possibilité. La Chine a su accueillir successivement jeux Olympiques et Exposition universelle de Shanghai, jouer du patrimoine architectural exceptionnel édifié pour la circonstance et de la richesse des spectacles

proposés à ces occasions pour démontrer sa richesse et son inventivité et attirer visiteurs et investisseurs.

Le système libéral se situe à l'opposé. L'exemple type est celui des USA où l'État se refuse à toute intervention dans les échanges culturels. Ce qui relève de l'art doit être libre et est du domaine des particuliers et du mécénat. Mais l'État soutient les producteurs nationaux dès lors qu'ils peuvent être catalogués comme des commerçants ou des industriels, qui touchent aux domaines culturels par un support technologique, financier, publicitaire : musique, télévision, cinéma... La diplomatie économique les aide en essayant de les libérer des contraintes fiscales douanières et commerciales imposées par d'autres pays. Ce schéma n'est pas bâti sur l'idée selon laquelle la culture sert d'appui à la diplomatie économique, mais plutôt sur une conception inverse : la diplomatie économique est nécessaire au développement du *soft power* dont la culture fait partie.

4 Un système mixte se situe entre les deux. On peut y regrouper les pays dans lesquels l'État a un rôle partiel et indirect dans la politique culturelle extérieure. Il laisse intervenir des acteurs secondaires qui ne dépendent pas totalement de lui, agences publiques ou fondations privées. Généralement, il leur accorde un soutien financier et a signé avec eux des chartes ou conventions de programme. Ce système est le plus répandu. Le cas type est celui de la Grande-Bretagne avec le British Council dont une partie des crédits est votée par le parlement. D'autres exemples peuvent être donnés : Le Japon a créé récemment au sein d'une fondation du Japon, une chaîne de centres à l'étranger. Il y a également les instituts Cervantès pour l'Espagne, Camoens pour le Portugal, des instituts culturels suédois... L'Allemagne a une organisation complexe dans la mesure où l'État fédéral ne prend pas en charge la culture qui se gère au niveau des Länder. Un soutien financier est accordé à certaines des fondations privées qui sont nombreuses. Par ailleurs il y a une série d'organismes para-étatiques spécialisés dans un type de tâches comme le DAAD qui attribue et gère toutes les bourses à l'étranger.

Ces différents schémas ne répondent pas à des objectifs économiques et commerciaux clairement avoués et définis. Les retombées économiques sont indirectes. Leurs buts sont d'offrir des lieux d'apprentissage de la langue et d'opérer un certain marketing national en attirant des clients et des touristes, en fabriquant une image sympathique de leur pays à l'étranger.

Ces pays ne sont pas des défenseurs acharnés de la spécificité des biens culturels. Ils conçoivent assez bien que certains d'entre eux aient en eux-mêmes une dimension économique. Dans les débats internationaux, ils peuvent se montrer proches des positions des États-Unis, lorsque ceux-ci

affirment le caractère d'industries de service, du cinéma, des producteurs de musique, etc.

La diplomatie culturelle française

Le système classique français – duquel on peut rapprocher l'exemple italien – a pu être qualifié de « volontariste ³ ». Il est en effet dirigiste et global : il repose sur un référentiel idéologique fort ; il a à sa disposition une série d'instruments administratifs. Il est encadré par l'État. Il a toujours fait une place à l'idée d'une liaison entre la culture et l'économie.

Une doctrine existe : le caractère unique de la culture française appréhendée comme un ensemble global façonné autour de la langue française. Jean-David Levitte, alors, directeur général des relations culturelles scientifiques et techniques au ministère des Affaires étrangères en donne une définition moderne ⁴ : « la France représente un mélange unique de tradition, de culture, d'art de vivre, de créativité, de haute technologie. C'est ce mélange unique que nous devons mettre en valeur. Il ne s'agit pas seulement de diffuser la langue française mais de promouvoir notre culture au sens le plus large... de diffuser cette image dans sa globalité, en mobilisant toute la gamme de nos instruments d'intervention » déclarait-il, il y a dix ans.

5

La France considère comme symbole de sa culture, sa langue, l'apprentissage et la pratique de celle-ci. L'enseignement du français à l'étranger est le socle de sa diplomatie culturelle. Mais, avec le temps, les facettes de la culture se sont diversifiées. L'action culturelle comporte une infinité de compartiments. La France en a une conception extrêmement large qui englobe le patrimoine immobilier et mobilier, l'architecture, la littérature, la peinture, la photo, la musique, le théâtre, l'audiovisuel, le cinéma, la mode... De surcroît, elle accorde une spécificité à ce secteur qui est constitué de biens particuliers qui ne peuvent être considérés comme de nature commerciale.

Cet ensemble d'idées peut se regrouper sous le terme de francophonie inventé par le géographe Élysée Reclus à la fin du dix-neuvième siècle. Ce mot a été beaucoup employé et a caractérisé la diplomatie française pendant plus d'un siècle et demi. Il ne s'est réellement officialisé et approfondi que dans les années 1960 dans un contexte tout à fait différent, celui

3. F. Roche, *La Crise des institutions nationales d'échanges culturels en Europe*, Paris, L'Harmattan, 1998.

4. « La diplomatie culturelle : Ambitions et perspectives », *Enjeux du monde*, 2003.

de la mise en place d'une Francophonie internationale institutionnalisée multilatéralement, regroupant des pays attachés à l'usage du français.

Il existe en France un consensus autour de la notion de francophonie. Les gouvernements de gauche comme de droite soutiennent cette valeur qui leur semble faire partie d'un patrimoine français incontournable. À droite, on y voit une expression de l'identité nationale traditionnelle. À gauche, on y trouve une défense contre l'impérialisme culturel américain. La politique de la francophonie a pour but accepté de promouvoir le maintien sinon l'essor de la langue française, support des valeurs françaises. Les critiques nombreuses faites au parlement depuis quelques années à la diplomatie culturelle ne portent jamais sur sa finalité ou sur son utilité mais sur le manque d'efficacité de ses instruments.

6 Ces instruments ont été mis en place au fil des années. La France a été la première à se doter d'une diplomatie culturelle et à se construire un réseau étatique fort pour la gérer. Au XIX^e siècle, l'État a soutenu des initiatives privées qui servaient de base à une diplomatie culturelle extérieure et qui se reliaient aux initiatives du passé. Dès 1840, le ministère des Affaires étrangères accordait des billets gratuits aux lazaristes et aux frères des écoles chrétiennes qui enseignaient au Proche et Moyen-Orient. Un accord politique unanime a toujours soutenu cette forme de francophonie. La séparation de l'Église et de l'État en 1904-1905 n'a pas réellement entamé la politique de soutien aux congrégations catholiques du Levant qui employaient 50 000 personnes. Après un débat, les crédits furent maintenus. En 1883, fut créée l'Alliance française, ensemble de comités locaux, centres d'apprentissage et de diffusion de la langue française qui fonctionnaient dans l'orbite de l'Alliance française de Paris⁵. L'Alliance française, due à des initiatives privées émanant de personnages officiels comme Paul Cambon alors résident de France à Tunis, fut fortement soutenue par le ministère des Affaires étrangères. Le 26 mai 1884, le Quai d'Orsay envoyait la dépêche suivante aux ambassades et légations : « Eu égard au caractère patriotique de l'œuvre entreprise par cette association, je vous autorise à en secondier le développement par les démarches officieuses que vous jugerez convenables. » La création en 1922 de l'AFAA (Association française d'action artistique à l'étranger) a procédé de la même logique au départ : des mécènes se sont regroupés autour de l'État pour fonder un pôle à la fois privé et public d'organisation des échanges artistiques. Cette association devint totalement administrative dix ans plus tard. Au ministère des Affaires étrangères même, des structures de gestion centrale furent mises en place : Bureau

5. *Histoire de diplomatie culturelle des origines à 1995*, Paris, La documentation française, 1995, pp. 12-13.

des œuvres sous la troisième République, direction générale des affaires culturelles en 1945. Au plan local, sur l'ensemble de la planète fut édifié un « réseau » d'établissements français qui, au début des années 2000, comptait 300 lycées, 133 centres ou instituts culturels, 1600 Alliances françaises. La prise en charge de l'audiovisuel a abouti à une structuration de l'audiovisuel extérieur notamment avec TV5, RFI, CFI. D'importants remaniements ont eu lieu ces dernières années. La direction des relations culturelles scientifiques et techniques a été remplacée par la direction de la mondialisation. Un système d'agences, semi-indépendantes s'est édifié pour coiffer l'action linguistique universitaire, artistique, regrouper et coordonner les différentes institutions françaises à l'étranger. La principale nouvelle agence dans le domaine proprement culturel est « Cultures France », opérateur délégué des ministères des Affaires étrangères et de la Culture et de la Communication pour les échanges culturels internationaux.

Le but est de rendre l'édifice plus léger mais de le garder dans l'orbite de l'État. La volonté de l'État de rester le maître du cadrage général de l'action culturelle extérieure est proclamée dans tous les textes quand bien même on peut légitimement s'interroger sur la réalité de sa mainmise à l'avenir sur toutes ces agences disposant de leur propre budget.

7

L'économie n'est pas absente de la vision francophone quoique les argumentations et les pratiques aient évolué au cours de l'histoire.

La politique française est soutenue par l'hypothèse selon laquelle la Culture permet d'agir en amont des entreprises en créant un environnement favorable à leur action.

Au XIX^e siècle, la formulation de ce principe avait des résonances coloniales. L'Alliance française résumait cette idée en des termes assez brutaux dans son premier numéro :

- la langue française donne des habitudes françaises ;
- les habitudes françaises apportent l'achat de produits français ;
- celui qui sait le français devient client de la France ⁶.

Cette argumentation s'est modernisée avec l'apparition et l'institutionnalisation d'un marché international de l'art. La diplomatie culturelle s'est doublée de visées économiques visant à la constitution d'un marché de l'art rentable pour l'économie française. L'AFAA permet une

6. M. Roselli, « Le projet politique de la Langue française. Le rôle de l'Alliance française », *Politix*, n° 36, 1996, pp. 73 et 94.

présence artistique de la France à l'étranger et en retour entend constituer des pôles d'attraction en France pour les étrangers. L'action artistique de la France aux États-Unis a fait l'objet d'un ouvrage qui démontre qu'immédiatement après la guerre de 14-18, la diplomatie a entrepris de « faire connaître des artistes et des œuvres que le marché ignore ou rejette pour des questions de pure rentabilité... Il convient d'ajouter l'intérêt commercial de la France à favoriser le développement d'un marché de l'art dans un pays qui importe massivement des œuvres d'art et des produits de luxe français sans parler des touristes américains habitués des galeries d'art et antiquaires ⁷ ».

8 La politique d'aide au développement, organisée après l'indépendance des colonies françaises répond sous beaucoup de ses aspects aux mêmes objectifs : conserver un enseignement en français et une pratique de la langue française, développer des relations entre universitaires, artistes, scientifiques, donner à ces pays une infrastructure administrative et juridique française qui facilite les échanges de toute nature y compris économiques. Roger Seydoux, directeur des relations culturelles de 1957 à 1960, traçait ainsi la nouvelle mission de la France : « Il faut consolider les positions de la langue et de la culture française dans les pays ouverts à notre influence et les défendre dans les autres, développer la coopération technique sur une aire géographique plus étendue du fait des nouveaux États indépendants, maintenir les relations culturelles traditionnelles... ⁸ » Il y a, dans ce cadre, une immixtion de la culture et de l'économie, la première étant mise au service de l'autre.

Le ministre de la Culture, Jack Lang, a produit dans les années 1980, un discours économique sur la culture. Homme de gauche, il a contribué à rassurer les consciences qui craignaient l'incursion du mercantilisme dans le domaine culturel : pour lui, il revient à l'État de jouer un rôle d'appui au marché culturel. Son argumentation est triple : la culture est un moteur de la croissance et est un secteur créateur d'emplois ; la culture est un lieu d'innovation pour la société du fait des nouvelles technologies ; la culture est un atout majeur du développement local des territoires. Cette profession de foi qui se rattache aux principes de l'économie créative solidaire vaut d'abord dans une perspective nationale. À l'international, elle a des répercussions immédiates à une époque où la mondialisation est en cours. Il faut aider les productions culturelles françaises de toute nature à s'internationaliser. Les groupes d'intérêts liés aux métiers artistiques doivent

7. A. Dubosclard, *L'action artistique de la France aux États-Unis, 1915-1969*, Paris, CNRS éditions, 2003, p. 27.

8. D. Coste (coord.), *Aspects d'une politique de diffusion du français, langue étrangère, depuis 1945. Matériaux pour une histoire*, Paris, Hatier, 1984, 225 p.

être pris en considération. Dans les objectifs de l'aide au développement, il faut introduire des soutiens aux productions culturelles locales. C'est ainsi que des programmes d'aide aux créations culturelles africaines (cinéma, livres) se mettront en place par la suite.

Cette idée de l'économie plongeant ses racines dans une culture vivante et énergique est à présent largement acceptée. Le Premier ministre, François Fillon, dans un discours prononcé en 2008, au forum de la culture, de l'économie et de la politique, à Avignon, déclarait : « Il faut éviter de penser que la culture est un luxe que l'on ne peut s'offrir qu'en période de douce prospérité alors qu'en réalité, la culture peut être un instrument pour aller à la conquête de la croissance... Ma vision de la mondialisation part d'un acte de foi culturel. Je crois que notre nation entretient avec la culture une relation de faveur exceptionnelle qu'il faut défendre. Notre réseau culturel qui est le premier au monde n'est pas la traduction d'un chauvinisme désuet : il est notre réponse à une demande constante issue de dizaines de pays dans lesquels parler notre langue reste une liberté précieuse de l'esprit. »

Depuis quelques années, le ministère des Affaires étrangères a développé une politique associant délibérément culture et économie dans le cadre de manifestations bilatérales régulières tant en France qu'à l'étranger. L'idée est double : d'une part, ces événements sont en partie financés par les entreprises dont le partenariat est recherché dans ces opérations ; d'autre part, une assise nouvelle ou meilleure sur le marché du pays ciblé leur est proposée grâce au soutien officiel de la France qui ainsi confère à leur présence un tremplin et une publicité exceptionnels.

« La France offre chaque année l'opportunité à des pays partenaires de présenter la richesse et la diversité de leur vie culturelle, scientifique et économique sur le sol français à l'occasion de grandes saisons. Les saisons françaises à l'étranger, conçues comme une vitrine pluridisciplinaire de la France, constituent également de véritables temps forts. Ces grands rendez-vous résultent d'engagements diplomatiques bilatéraux et de décisions prises au plus haut niveau par les chefs d'État. Leur mise en œuvre, assurée par Cultures France sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères et européennes et du ministère de la Culture et de la Communication, repose sur des partenariats établis avec de nombreux opérateurs et institutions, de même qu'avec les collectivités territoriales et les entreprises ⁹ ».

9. Voir site Internet de Cultures France.

Après la Chine en 2004, le Brésil en 2005, la Turquie en 2009, la Russie en 2010, ce sera en 2011, l'année du Mexique en France.

En sens inverse, 2009 a été l'année de la France au Brésil, avec un volet culturel par le biais de spectacles, concerts, expositions, conférences dans toutes les régions du Brésil et un volet économique avec un programme de rencontres et de présentations réciproques par marchés sectorisés, un forum de l'innovation à São Paulo. Plusieurs entreprises se sont investies dans des projets importants, dans différentes régions du Brésil : expositions des sculptures d'Houdon du Louvre à Rio de Janeiro grâce à PSA Peugeot Citroën ; spectacle d'ouverture du groupe F avec le soutien d'Areva et EADS ; restauration d'un grand tableau de Nicolas Poussin au musée d'art de São Paulo par Exposition « Une aventure moderne » de la collection d'art Renault à Curitiba ; festival de cirque à Belo Horizonte, soutenu par Vallourec ; exposition des tapisseries anciennes et contemporaines des Gobelins à Belo Horizonte et Rio de Janeiro par DCNS ; tournée de l'orchestre des Champs-Élysées pour Saint-Gobain ; illumination de monuments de Brasilia pour GDF Suez ; Exposition Gérard Fromanger à Brasilia avec Safran ; conférences pour Thalès et Dassault ; Accor et Air France ont apporté leur appui pour les transports aériens et les hébergements.

10

La diplomatie multilatérale

L'Union européenne, le GATT puis l'OMC, les enceintes de la francophonie, l'OCDE avec l'AMI, l'UNESCO ont été les terrains où se sont affrontées ces politiques. Les débats y ont vu s'opposer deux conceptions, les chefs de file étant d'une part la France, d'autre part les États-Unis. Il y a d'une part le point de vue français, maintenu au fil des années par des gouvernements de toutes obédiences politiques, qui accorde une spécificité et un traitement préférentiel à toutes les productions artistiques. Cette idée a été baptisée du slogan d'« exception culturelle ». Elle constitue la base d'une politique permettant à la France et à l'Europe de maintenir leurs systèmes juridiques et économiques de subventions publiques et de protection des secteurs cinématographique et audiovisuel. À l'inverse, selon le point de vue américain, il ne peut y avoir d'exception au libre-échange. Le secteur culturel est constitué d'industries et de services comme les autres. Les évolutions technologiques, financières, publicitaires ne font qu'effacer toute particularité. C'est un marché ou des marchés comme les autres.

Du point de vue de la théorie économique, le débat n'est pas tranché¹⁰. Il est évident que la culture fait partie de l'économie. Est-il bénéfique ou non pour elle de faire l'objet d'un traitement particulier? Cela dépend entre autres choses du contexte national, de l'existence d'une production cinématographique dans chaque pays. La question est toujours débattue ce qui explique les difficultés pour la France de trouver des alliés sûrs lors des débats dans les assises européennes et internationales. Les discussions sont rudes. Il faut dire que la Communauté européenne s'est elle-même construite autour des principes libéraux de la liberté des échanges des marchandises, des services, des capitaux et des personnes entre les pays membres et que tous les pays européens n'ont pas comme la France une industrie du cinéma à protéger. Ajoutons que la France ne participe pas en direct aux négociations avec le GATT/OMC puisque dans le secteur commercial, la Commission est le porte-parole unique de la Communauté dans les débats. La question de la protection de l'audiovisuel mais aussi du cinéma français a donc été abordée au niveau européen avant de l'être au niveau international.

La France a mené un combat constant au sein de l'Union européenne pour maintenir les principes protectionnistes de base de la directive cruciale « Télévision sans frontières », adoptée pour la première fois il y a quinze ans (1989, entrée en vigueur 1991) et révisée à plusieurs reprises. Une des idées forte était l'importance prioritaire des programmes issus de l'Union européenne dans les grilles de diffusion. Les quotas de diffusion des œuvres audiovisuelles ont constitué une des questions les plus controversées. Les résultats concrets ne sont pas probants, d'autant plus que la révolution numérique conduit à des remises en cause continues.

La France protège son cinéma par un dispositif, inventé en 1946, revu, corrigé, à plusieurs reprises. Il comporte une aide à la production gérée par le Centre national de la cinématographie. La promotion à l'étranger est assurée par Uni France et par différents mécanismes d'aide à l'exportation. La première bataille a été menée au sein de l'Union européenne, Jack Lang y a déployé beaucoup d'énergie, sachant s'appuyer sur les groupements industriels français et européens et trouver l'aide des ministres de la Culture européens et parvenant à regrouper l'Europe autour de l'exception culturelle.

Les moments forts et difficiles des négociations internationales ont eu lieu au GATT dans le cadre de l'Uruguay Round en 1993, puis à l'OCDE lors

10. F. Benhamou, *Les Dérèglements de l'exception culturelle*, Paris, Le Seuil, 2006.

de la discussion relative à l'accord multilatéral sur l'investissement (AMI), à nouveau au GATT à Seattle en 1999. La culture est restée à l'écart des règles du libre-échange après ces réunions, mais le dossier de la libéralisation totale des services reste à l'ordre du jour de l'OMC.

Un secours a été trouvé à l'UNESCO. À présent le combat est aussi celui de deux organisations internationales l'une contre l'autre.

L'exception culturelle était un mot qui ne plaisait pas. Y était lié le soupçon d'un chauvinisme français, d'une utilisation abusive de la francophonie par la France, d'un protectionnisme européen.

12 « Pour sortir de cet angle mort, les responsables français lancent à la fin de 1998, l'idée de diversité culturelle... Elle repose sur trois prémices : premièrement renoncer à la posture défensive, symbolisée par l'exception et prendre l'initiative en substituant à la logique commerciale une logique culturelle. Deuxièmement, extraire la question du cadre de la rivalité transatlantique et lui donner une dimension universelle. Troisièmement... faire du rééquilibrage culture-commerce un pilier de la construction d'un ordre juridique international destiné à réguler la mondialisation ¹¹. »

Un soutien fort fut trouvé dans la diplomatie canadienne. Le débat fut intégré à l'ordre du jour de l'UNESCO. En 1999, les ambassadeurs de la France et du Canada firent adopter par la 330^e Conférence générale de l'UNESCO, une résolution invitant le directeur général à créer un groupe de travail sur la diversité culturelle. La question était abordée parallèlement au sommet général de Moncton dans le cadre de l'Organisation internationale de la Francophonie mais c'est l'UNESCO qui a été l'encreinte des travaux et débats qui ont abouti à l'adoption de la convention sur la diversité culturelle, le 20 octobre 2005 (par une majorité de 146 voix, avec deux voix contre – États-Unis, Israël – et quatre abstentions). Ce texte reconnaît la double nature (économique et culturelle) des biens et services qui ne peuvent être réduits à leur valeur marchande. Il reconnaît que les États ont le droit de mettre au point des politiques de soutien à l'expression culturelle en vue d'assurer une vraie diversité. Il donne force de loi internationale au principe de la diversité culturelle en l'inscrivant comme tel dans le droit positif et non comme un appendice du droit commercial.

11. J. Musitelli, « La convention sur la diversité culturelle : anatomie d'un succès diplomatique », *Revue internationale et stratégique*, n° 62, été 2006.

Ici, la culture vient au service de la diplomatie économico-culturelle française et à l'encontre de celle des États-Unis.

Conclusion

Seules les diplomaties nationales ont été abordées ici.

Il existe aussi toute une diplomatie parallèle construite autour des particuliers, des entreprises, des fondations.

La France dispose d'un patrimoine historique tel qu'elle a toujours été bien placée pour attirer le mécénat culturel ce qu'elle a fait bénéficiant de la générosité de donateurs français et étrangers pendant des années.

Récemment des opérations prestigieuses ont été réalisées. Au Louvre, l'entreprise Total a financé la restauration de la grande Galerie. À Versailles, l'entreprise Vinci a financé les travaux de la Galerie des Glaces pour un montant de 12 millions d'euros. L'étranger a aussi une part importante dans l'entretien du patrimoine historique français. Deux fondations américaines ont permis la restauration du bosquet des trois fontaines à Versailles et du pavillon du Petit Trianon.

13

Par contre, les initiatives indépendantes de milliardaires français à l'étranger ne sont pas saluées comme des réussites de la diplomatie française...

Les investissements de la fondation Pinault à Venise ont interpellé l'administration. Le projet antérieur se situait à Paris à l'île Séguin. Il a échoué. Pour plusieurs observateurs, ce triste résultat relève des « mauvais fruits de l'exception culturelle » et non d'un caprice de milliardaire. M. Pinault est sérieux : s'il n'a pu aller à l'île Séguin, c'est parce que la bureaucratie française n'a pas su comprendre l'intérêt majeur de cette réalisation pour la France et que la tâche ne lui a pas été facilitée. Les politiques et les administrateurs français sont trop persuadés de l'excellence de la France pour avoir réellement investi dans le projet de François Pinault. Ils ne l'ont pas soutenu comme le méritait l'importance des collections rassemblées : 2500 pièces amassées pendant trente années, des « Mondrian », des « Rebeyrolle », des « de Kooning », beaucoup d'œuvres Pop art (Andy Warhol et Rauschenberg), et probablement le meilleur (installations, toiles gigantesques, sculptures) de la production de la dernière génération de peintres contemporains. Un tel musée aurait été l'équivalent de Thyssen à Madrid ou de Gulbenkian à Lisbonne.

Chiffres publiés par l'ADMICAL pour l'année 2008

23 % des entreprises de 20 salariés et plus pratiquent le mécénat soit près de 30 000 entreprises
2,5 milliards d'euros consacrés au mécénat
47 % des entreprises interviennent dans le domaine de la solidarité
63 % du budget émane des entreprises de 200 salariés et plus
64 % du budget provient du secteur des services
73 % des mécènes sont des petites entreprises de 20 à 99 salariés
47 % des entreprises agissent dans le domaine de la solidarité avec 32 % du budget
36 % des entreprises agissent dans le domaine de la culture avec 39 % du budget
33 % des entreprises choisissent le mécénat en nature
45 % des entreprises de 200 salariés et plus pratiquent le mécénat de compétences
54 % des entreprises mécènes déclarent bénéficier de la réduction d'impôt

Un commentateur (Michel-Edouard Leclerc) écrivait en 2005 sur Internet : « L'abandon du projet d'établissement de la fondation Pinault dans l'île Seguin est vécu, par notre administration, comme un véritable camouflet. Il sanctionne le mépris que manifeste trop souvent le secteur public à l'égard des initiatives culturelles privées dont il n'a pas le contrôle ».

14 Mais si longtemps la France s'est contentée de recueillir la manne étrangère et n'a pas fait d'effort pour les entreprises et les fondations françaises vues comme des acteurs secondaires, sa philosophie a évolué. L'action privée a bénéficié d'une amélioration du dispositif étatique. Une loi, dite Aillagon, relative au mécénat, aux associations et aux fondations, a été votée le 1^{er} août 2003. Elle s'inscrit dans une réforme visant à développer plus largement le mécénat, à réformer sa reconnaissance d'utilité publique et à harmoniser les dispositifs existant. L'essentiel de l'effort porte sur le régime fiscal qui permet des déductions plus significatives que par le passé pour les dons. Des lieux de rencontres entre mécènes potentiels et demandeurs se sont créés ou développés ¹².

En termes de mécénat, les rapports entre culture et économie semblent a priori plus faciles à dégager qu'en matière de politiques nationales et internationales. Les apports réciproques sont plus clairs voire susceptibles d'une évaluation directe.

Le mécène attend un bénéfice en termes d'image et de reconnaissance. Il espère que son action sera considérée comme un acte de philanthropie qui le différenciera de ses concurrents et sera un instrument de marketing. Son aide doit être bien calibrée et ciblée pour ne pas apparaître comme

12. Admical, fondation de France, fondation du patrimoine...

un manque de gain pour son personnel et ses actionnaires. La déduction fiscale est importante car elle vient justifier les dons qui ne sont pas à fonds perdus.

Les résultats sont, semble-t-il, significatifs : 36 % des entreprises françaises agissent dans le domaine de la culture avec 39 % du budget ¹³. 0,02% du PIB y sont consacrés. Le tableau suivant donnera une conclusion en montrant que la culture tient une place importante dans les préoccupations des entreprises françaises puisqu'elle arrive en deuxième place dans les choix des investisseurs privés.

Résumé

L'interrogation de départ porte sur l'apport de la culture à la diplomatie économique. La culture peut être l'objet d'une multitude de définitions. La diplomatie économique bien qu'en passe de devenir de plus en plus multilatérale, diffère d'État en État. Dans ce contexte fluctuant, une typologie des situations en présence est néanmoins proposée dans cet article. Elle fait une large part à l'exemple français. Il en ressort que les politiques culturelles et économiques extérieures sont toujours liées. Sur le plan multilatéral, elles vont même jusqu'à se confondre. La culture est le plus souvent imbriquée dans l'économie. Les diplomaties parallèles, conduites par des acteurs privés, amènent au même constat.

15

Abstract

This article deals with the connection between economic and cultural diplomacy. Both of them are difficult to define and have different meanings in each country. We will attempt here to do a typology; in the last analysis, a large place will be given to France. To draw an inference, we will say that culture and economy are embedded in all diplomatic process and international relations. The links between culture and economy always exist even if they are not the same between states, in international areas and between all others international actors.

13. Voir *Les Derniers Chiffres du mécénat en France* publiés par l'ADMICAL pour l'année 2008.

