Entre sponsoring en gestation et carnet culturel sans grand impact

Â«Culture-parraineurÂ» : un rapport de rentabilitÃ©. 11.02.2010

Â«Culture-parraineurÂ» : un rapport de rentabilitÃ©

Par : Nasser Hannachi. La Tribune. 11-02-2010

Lâ€™artiste sâ€™agrippe Ã son cachet et le promoteur se rabat sur la billetterie, Ã dÃ©faut dâ€™un mÃ©cÃ©nat pas toujours facile Ã dÃ©crocher. Cette combinaison nâ€™est toutefois pas toujours facile Ã trouver pour prÃ©senter un quelconque produit culturel. Il est Ã©vident que, pour rÃ©ussir un spectacle, une manifestation artistique, un rÃ©cital et mÃªme un simple monologue, il faut que les scÃ¨nes faussent dâ€™emblÃ©e lâ€™objet dâ€™une une prise en charge, ne serait-ce que symbolique. Câ€™est en quelque sorte une partie de lâ€™aide qui serait allouÃ©e aux divers acteurs engagÃ©s dans ce crÃ©neau. Cependant, de lâ€™avis de bon nombre dâ€™artistes Ã lâ€™Ã©chelle locale, le reflexe dâ€™appui par des fonds aux multiples actions culturelles nâ€™est pas Ã lâ€™ordre du jour chez quelques responsables. Que dire alors des mÃ©cÃ¨nes et des sponsors ! Le comÃ©dien ou lâ€™association se dÃ©mÃ¨nent pour vendre leur produit Ã un opÃ©rateur qui, en tant quâ€™investisseur soucieux de garantir ses investissements, ne sâ€™aventurerait pas Ã dÃ©bourser de lâ€™argent pour une opÃ©ration dont il ne connaÃ®t pas lâ€™impact et les retombÃ©es. Ce microcosme revendique des fonds et les pouvoirs publics tempÃ¨rent. Les quelques aides sont souvent accordÃ©es sur des critÃ¨res pas toujours clairsâ€¦ Certes, la tutelle a dÃ©fini les prÃ©rogatives des boÃ®tes de production Ã©vÃ©nementielles. Mais la problÃ©matique des subventions et aides persiste. Seules les manifestations institutionnalisÃ©es et les structures officielles bÃ©nÃ©ficient dâ€™un soutien financier. Pour le reste des acteurs de la scÃ¨ne culturelle, lâ€™autofinancement et le porte-Ã -porte pour dÃ©nicher un sponsoring sont les seules solutions. Mais, Ã Constantine, le sponsoring est faible, pour ne pas dire inexistant. La participation de la sphÃ¨re Ã©conomique locale Ã la promotion des arts est insignifiante. De plus, les collectivitÃ©s locales, sous lâ€™impulsion du ministÃ¨re de la Culture, nâ€™ont rien fait pour intÃ©resser les opÃ©rateurs Ã©conomiques qui pourraient constituer la bouÃ©e de sauvetage des artistes ne bÃ©nÃ©ficiant pas des largesses des diffÃ©rents fonds dâ€™aides et subventions. Lâ€™artiste se retrouve souvent avec son Å“uvre sous le bras, dans lâ€™incapacitÃ© de la promouvoir, faute de moyens. Pour justifier leur volontÃ© de socialiser la culture, les directions de la culture demandent ainsi aux artisans des programmes ficelÃ©s afin de pouvoir bÃ©nÃ©ficier des aides. Toutefois, face aux latences administratives et critÃ¨res dâ€™acceptation des propositions, il est irrÃ©aliste dâ€™avancer que dâ€™humbles artistes ont Ã©tÃ© bÃ©nÃ©ficiaires dâ€™une quelconque rescousse. Â«Les subventions bÃ©nÃ©ficient toujours aux mÃªmesÂ», martÃ¨le un jeune artiste relevant dâ€™une association artistique locale.
Les acteurs plus excentrÃ©s ne sont malheureusement pas concernÃ©s par les mannes Ã©tatiques. Autrement dit, localement, les manifestations qui sont organisÃ©es, donc parrainÃ©es ou allÃ©gÃ©es dâ€™impÃ´t, sont celles programmÃ©es dans les plannings de la tutelle. Un tri, somme toute, rÃ©flÃ©chi, mais qui Ã©carte au passage des Ã©vÃ©nements pouvant apporter un plus Ã lâ€™enrichissement culturel. Cela appellerait-il Ã une autre configuration ou/et rÃ©organisation de la scÃ¨ne sevrÃ©e de subventions ? Pour cela, le rÃ´le des opÃ©rateurs nâ€™est pas des moindres et comme les boÃ®tes de production ainsi que les sponsors se comptent sur les doigts dâ€™une seule main, il serait alÃ©atoire de dire que lâ€™artiste se rÃ©jouirait de voir sa production diffusÃ©e sans peine dans un proche avenirâ€¦ Lâ€™Å“uvre oscille entre le producteur et le diffuseur sous les yeux indiffÃ©rents des officiels. Sur un autre chapitre, il faut garantir la qualitÃ© des plateaux prÃ©sentÃ©s, car le sponsoring est rÃ©gi par des rÃ¨gles, Ã©conomiques et commerciales. La rentabilitÃ© Ã court terme est le premier objectif dâ€™un sponsor. La socialisation extra-officielle se paye. Et son prix rÃ©side dans lâ€™aptitude de lâ€™artiste ou de lâ€™organisateur dâ€™une manifestation culturelle Ã garantir aux sponsors des bÃ©nÃ©fices.
Et lÃ poindra le risque de transformer la culture en une vulgaire marchandise Ã vendre au plus offrantâ€¦

N. H.

Posté par : alger-culture, le February 11 2010 14:39:07