

Культурное меценатство во Франции



Начало активной меценатской деятельности в общенациональном масштабе было положено в 1960 годах, когда при поддержке Министерства культуры во главе с Андре Мальро был создан первый благотворительный фонд – Fondation de France – крупнейшая независимая организация,

призванная быть посредником между государственной сферой и частным сектором, играть роль катализатора, способствующего развитию процесса привлечения средств с целью оказания меценатской помощи.

Самый существенный вклад в утверждение концепции меценатства во Франции внес известный администратор и реформатор культуры Жак Риго (Jacques Rigaud, 1932–2012), по чьей инициативе в 1979 году была создана Ассоциация содействия развитию торгово-промышленного меценатства, которую он возглавлял с 1979 по 2008 год. Ассоциация определила для себя три главных направления работы: представление интересов и поддержка предприятий-меценатов в государственных органах, средствах массовой информации и международных инстанциях; организация и развитие системы обмена опытом (в качестве предпринимательского клуба ассоциация объединяет более 170 членов – предприятий самой разной величины и профиля); информационная деятельность, подготовка и обучение профессионалов в области меценатства (проведение исследований, публикация специальных изданий, организация курсов и семинаров).

Дополнительный импульс развитию благотворительной деятельности придали два закона: «О развитии меценатства» (23 июля 1987 года), где впервые сформулированы правовые и налоговые нормы во всей системе меценатства, и «О создании фондов предприятий» (4 июля 1990 года), учредивший устав фондов, позволяющий предприятиям осуществлять акции, квалифицируемые как «общественно полезные».

Однако французское законодательство в этой сфере все еще оставалось недостаточно эффективным в сравнении с практикой других западных стран, особенно в отношении налоговых стимулов для предприятий, готовых предоставлять меценатскую помощь.

Радикальные перемены наступили после принятия 1 августа 2003 года закона «О меценатстве, ассоциациях и фондах», направленного на реформирование во многом устаревшей системы.

Новый закон предоставил огромные налоговые преимущества предприятиям-меценатам, которые поддерживают культуру. Он позволил снизить налоги до 66% от суммы взноса в пользу социальной сферы, включая культуру; при этом сумма налогов не должна превышать 20% всех облагаемых налогом доходов («излишки» могут быть перенесены на следующие пять лет). Таким образом, на благотворительные цели тратится до 5% оборота предприятия.

Исследования ADMICAL

В 2012 году Ассоциация развития торгово-промышленного меценатства (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial – ADMICAL) совместно с Институтом социологических исследований (CSA) и при участии Отдела меценатства Министерства культуры и коммуникаций осуществила очередное (третье по счету) исследование о меценатской деятельности французских предприятий в сфере социального развития, образования и здравоохранения. Исследование было проведено в форме опроса, организации круглого стола и интервьюирования лиц, занимающихся проблемами меценатства в рамках крупных, а также средних и мелких предприятий.

Несмотря на сложную ситуацию в экономике, положение значительно улучшилось по сравнению с предыдущим периодом (исследование 2010 года). Отмечается стремление предприятий поддерживать общественно полезные инициативы, внимательнее прислушиваться к нуждам общества. Согласно данным исследования почти треть французских предприятий – около 40 тысяч – участвует в благотворительной деятельности (против 35 тысяч в 2010 году). Бюджет меценатства стабильно сохраняется на уровне 1,9 млрд. евро.

Подтвердился давний прогноз исследователей о выходе на авансцену благотворительности мелких предприятий. Действительно, в настоящее время они находятся в первых рядах меценатов: 32% предприятий с числом занятых менее 100 человек против 27% средних и крупных предприятий. В совокупности мелкие и средние предприятия (*petites et moyennes entreprises* – PME) составляют **93%** от общего числа (в 2010 году 85%).

Данные об участии предприятий, выраженные на страницах исследования в виде графика, могут быть представлены следующим образом:

В сфере культуры предприятия с числом занятых 200 и более человек составляют 15%; от 100 до 199 человек – 10%; от 20 до 99 человек – 75%.

В других областях предприятия с числом занятых 200 и более человек – 7%; от 100 до 199 человек – 9%; от 20 до 99 человек – 84%.

Таким образом, доля предприятий с числом занятых 200 и более человек гораздо весомее среди меценатов в области культуры (15%), нежели во всех других областях (7%).

Мелкие и средние предприятия зачастую не располагают достаточным потенциалом, чтобы взаимодействовать с крупными учреждениями, а культурные структуры более мелкого масштаба порой не готовы к партнерству с мелкими и средними предприятиями. Тем не менее, именно эти предприятия составляют самую многочисленную группу меценатов и в области культуры, и во многих других областях. С целью достижения максимального суммарного вклада они нередко объединяются в клубы, а также присоединяются к местным музеям, зрелищным учреждениям и пр.

Исследование показало, что в условиях кризиса одинаково важна и **социальная сфера, и культура**. Бюджет **культурного меценатства**, спад которого вызвал столько опасений в 2010 году, повышается и составил 26% от общего меценатского бюджета (494 млн. евро против 380 млн. в 2010 году).

В условиях кризиса, как правило, преобладают **социальные акции**, поглощающие большую часть меценатского бюджета (43% или 817 млн. евро), их поддерживают 36% предприятий. **Спорт**, несмотря на то, что предприятия часто выбирают его объектом поддержки, все же составляет небольшую часть общего меценатского бюджета (6%), и ему отдают предпочтение мелкие и средние предприятия. Затем идут здравоохранение (17% предприятий, 10% бюджета), образование (8% предприятий, 10% бюджета), международная солидарность (7% предприятий, 2% бюджета), окружающая среда (5% предприятий, 4% бюджета) и научные исследования (5% предприятий, 3% бюджета).

Кроме того, в области культурного меценатства предприятия предпочитают проводить акции, непосредственно связанные с удовлетворением **интересов потребителей**: распространение культурной продукции – 47%, приобщение к культуре – 34%, в то время как поддержка **творческого процесса** составляет 31%. Предприятиям привычнее обращаться к сфере распространения, которая им кажется более управляемой, и ее проще увязать с фактором популярности. Сфера творчества может вызывать опасения в силу свойственной ей некоторой неопределенности и непредсказуемости.

Наибольшую поддержку предприятий получают **музыка, музеи/выставки**, а также **зрелищные искусства** (театр, цирк, танцы). На графике данные о меценатских акциях предприятий выражены следующим образом: музыка – 39%; музеи/выставки – 19%;

зрелищные искусства – 19%; фотография, кинематограф, аудиовизуальный сектор – 10%; объекты недвижимости – 10%; изобразительные искусства – 7%; литературно-издательская деятельность – 4%; приобретение произведений – 4%.

Поддержка предприятиями **государственных и частных структур** сохраняется приблизительно на одном уровне – соответственно 35% и 38%, персональная помощь **людям творческих профессий** – 23%.

Предприятия-меценаты хорошо понимают необходимость повышения эстетической привлекательности тех или иных территорий и охотно поддерживают государственные и частные учреждения культуры, которые в свою очередь проявляют все больший интерес к жизни предприятий.

Акции культурного меценатства в большинстве случаев адресованы **«широкой публике»** (таково определение 83% предприятий), что отражает универсальный характер культуры, обращенной ко всем, а, кроме того, подчеркивает тот факт, что предприятия поддерживают акции, направленные на то, чтобы культура была действительно общедоступна.

Предприятия, начинающие практиковать культурное меценатство, делают это прежде всего ради **создания собственного имиджа**, ради того, чтобы отличаться от других (35%), а также ради **повышения привлекательности территории**, на которой они расположены (26%). Еще одна мотивация связана с **личными предпочтениями** руководителя или с **историей предприятия** (26%).

На вопрос «Что инициирует ваше участие в культурном меценатстве?» были получены следующие ответы (допускалось не больше двух ответов):

- привлечение внимания к самому предприятию, установление постоянной живой связи с широкой публикой – 35%;
- способствование большей привлекательности территории – 31%;
- персональные предпочтения руководителя или история предприятия – 26%;
- приобщение персонала к искусству, развитие его творческого потенциала, создание наиболее благоприятного рабочего климата – 12%;
- расширение диапазона общения, налаживание и поддержка деловых связей.

На региональном уровне многие предприятия пришли к пониманию того, что культурная привлекательность территории, способная заинтересовать и удержать население, быстро превращается в экономически перспективный фактор развития. В связи с этим многие клубные организации предприятий, создаваемые при культурных учреждениях, становятся настоящим генератором идей, источником обмена информацией между хозяйственными руководителями.

45% предприятий-меценатов культуры являются также **культурными спонсорами**. Эти две формы участия предприятий в поддержке культуры дополняют друг друга, поскольку дают возможность использовать преимущества широкой публичности в рамках спонсорства и/или повысить свой имидж полезными деяниями в рамках меценатства.

О новых формах культурного меценатства

В 2012 году был опубликован парламентский доклад «О новых формах культурного меценатства», представленный на заседании Национального собрания 15 февраля 2012 года.

Принимая во внимание резкое снижение уровня культурного меценатства в 2010 году, подтвержденное результатами исследования Ассоциации развития торгово-промышленного меценатства, и обеспокоенность этим фактом культурных кругов, парламентская комиссия по делам культуры и образования сформировала в феврале 2011 года специальную группу, в которую вошли 16 членов Национального собрания во главе с депутатом от департамента Валь-де-Марн Мишелем Эрбийоном (Michel Herbillon).

Руководствуясь стратегическим значением культурного меценатства, депутатская группа ставила перед собой такие задачи, как изучение эффективности действующих в этой сфере законов (1987, 1990 и 2003 годов) и соответствующих налоговых положений; анализ и сопоставление различных форм культурного меценатства (финансовое, в виде компетенций, натурой, технологическое); оценка налоговых льгот, связанных с культурным меценатством, поскольку имеющиеся данные не содержат исчерпывающих характеристик.

Группе предстояло найти решения, способные приостановить спад культурного меценатства, исправить затянувшиеся проблемы, связанные с мелкими и средними предприятиями, не в должной мере участвовавшими в меценатской деятельности, повысить уровень меценатства в театрально-концертной сфере и изобразительном искусстве. Необходимо было выработать новые формы деятельности, способствующие более эффективному развитию.

Таким образом, в феврале 2012 года Национальному собранию Франции был представлен развернутый годовой отчет о состоянии дел в сфере культурного меценатства и перспективах его развития.

В основу документа легли 25 отчетов, полученных в результате заслушивания самых представительных участников процесса культурного развития страны: руководителей престижных культурных учреждений (Парижская опера, Центр имени

Жоржа Помпиду, Лувр, музей Орсэ, театры Коллин и Одеон), крупнейших предприятий и фондов предприятий, профессиональных организаций (AFF и ADMICAL), известных меценатов, а также представителей правительства и основных заинтересованных министерств.

Основной вывод депутатского отчета – нынешний механизм регулирования меценатской деятельности, заложенный законом от 1 августа 2003 года «О меценатстве, ассоциациях и фондах», эффективно работает (в документе он назван буквально «образцовым»), однако требуются дополнительные меры для расширения участия мелких и средних предприятий и частных лиц, для совершенствования этики меценатской деятельности, для обобщения сведений о налоговых льготах, связанных с меценатством.

—• В докладе отмечается, что в сфере меценатства явно превалирует курс на крупные учреждения и крупные предприятия. По мнению председателя правления замка Фонтенбло Жана-Франсуа Эбера, «крупные культурные учреждения, пользующиеся большой популярностью, собирают очень большие суммы в рамках меценатства (...) Но кроме этих крупнейших учреждений, чаще всего парижских, создается впечатление, что остальным гораздо труднее привлечь меценатов. Даже такие учреждения, как замок Фонтенбло, с трудом добывают средства из фондов меценатства». Очевидно, что все структуры играют по разным правилам в поисках частного финансирования. Как известно, наибольшие трудности испытывает театрально-концертная сфера, а еще больше современное творчество (поскольку под термином «театрально-концертная деятельность» подразумеваются очень разные реалии: такое учреждение, как Комеди Франсез в конечном итоге ничего не теряет).

—• Что касается так называемых «структур поддержки» – отдела по вопросам меценатства Министерства культуры, меценатских отделов в Региональных управлениях по делам культуры, в профессиональных организациях (нотариусы, эксперты-бухгалтеры), а также торгово-промышленных палат, выражается сожаление по поводу не столько качественных, сколько количественных результатов сотрудничества с ними предприятий. Нет настоящей отчетности, мало данных, позволяющих судить о реальных последствиях совместно организованных акций.

—• В докладе отмечен переход от меценатства, осуществляющегося в форме «вклада», к так называемому «инициативному меценатству» (по терминологии Жака Риго). Это означает, что сейчас для предприятия важно не столько финансирование конкретного культурного проекта, сколько налаживание подлинно партнерских отношений.

Видимо, в настоящее время необходимо иначе подходить к вопросу поиска меценатской поддержки, больше в аспекте партнерства, нежели финансов. Иными словами, вместо того, чтобы задаваться вопросом «как убедить данное предприятие дать денег на финансирование моего проекта?», надо спросить себя «каким образом моя культурная структура может работать с этим предприятием?»

И возможно, чтобы раздвинуть границы, в данном случае было бы целесообразно обратиться к опыту ассоциаций и учреждений вне сферы культуры. Кроме того, если не ограничиваться рамками одного только «культурного меценатства», можно найти множество интересных идей и практических примеров в более широкой области фандрайзинга, будь то высшее образование, неправительственные организации и другое.

—• Мишель Эрбийон в своем докладе особо подчеркнул проблему отсутствия должного учета расходов, связанных с предоставлением налоговых льгот культурным меценатам. Он предложил продолжить аналитическую работу по качественной и количественной оценке меценатства силами министерств экономики и финансов, культуры и коммуникаций, «с целью выявления тенденций и совершенствования системы учета».

—• Целый ряд сформулированных в докладе рекомендаций направлен на «приобщение к меценатству» и «расширение его диапазона применения». Так, с целью привлечения частных лиц можно было бы увеличить верхний предел налоговых компенсаций, которые они могут получить, с 60 до 200 евро.

Кроме того, предлагается увеличить с 0,5 до 1,0% верхний предел меценатских взносов, дающий право на сокращение налогов, для тех предприятий, оборот которых составляет менее 50 млн. евро. Поскольку, отмечается в докладе, единая планка, действующая ныне в отношении суммы годовых взносов, «оказывается намного выгодней крупным предприятиям с высокими показателями торгового оборота, нежели мелким и средним предприятиям».

Список литературы:

1. Loi № 2003–709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux entreprises et aux fondations (Закон от 1 августа 2003 года «О меценатстве, ассоциациях и фондах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.legifrance.gouv.fr/> (дата обращения: многократно в 2010 и в 2012 гг.).

2. Le mécénat, outil fondamental du développement de l'économie culturelle (Меценатство – основной инструмент развития экономики культуры) [Электронный

ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ww.mecenat.culture.gouv.fr> (дата обращения: 02.02.2013).

3. Qu'est-ce que le mécénat? (Что такое меценатство?) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ww.mecenat.culture.gouv.fr> (дата обращения: 03.08.2010).

4. Enquête Admical-CSA. Module spécial: mécénat culturel (Исследование Admical-CSA: Специальный раздел: культурное меценатство) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ww.admical.org> (дата обращения: 02.02.2013).

5. Rapport d'information sur les nouvelles formes du mécénat culturel. Présenté par M. Michel Herbillon, député. (Отчетный доклад «О новых формах культурного меценатства», представленный депутатом Мишелем Эрбийоном) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ww.assemblee-nationale.fr> (дата обращения: 02.02.2013).

Сведения об использованных иллюстрациях:

Иллюстрация содержания. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.culture.gouv.fr/> (дата обращения: 05.10.2011).

Ил. 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.duch.ch> (дата обращения: 02.02.2013).

Источник: *Культура в современном мире. — 2013. — № 1. — [Электронный ресурс].*
— Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>