

## Le point de vue de Patrick Ricard

Entretien avec le président du groupe Pernod Ricard

**Dans cette nouvelle rubrique, la revue (art absolument) laisse la parole aux entrepreneurs soucieux de contribuer à la diffusion de l'art majeur auprès du public.**

**Art Absolument** | Pourquoi vous, Patrick Ricard, qui êtes à la tête de la célèbre entreprise du même nom, vous êtes-vous engagé dans le mécénat ?

**Patrick Ricard** | Le mécénat des entreprises, qui dépend en partie de l'argent des actionnaires, doit servir l'entreprise ou ses marques. Je le fais pour l'entreprise – pour la marque – bien davantage que pour imposer mon goût personnel. Chez Pernod Ricard, il y a plusieurs mécènes. Le groupe Pernod Ricard en tant que tel ne vend rien, mis à part des actions, mais, parallèlement, nous faisons du mécénat. Entre autres choses, nous avons aidé le centre Georges-Pompidou, musée d'art moderne de Paris, qui fête son trentième anniversaire cette année. Au moment où Pernod Ricard est de plus en plus international et que la France représente 10% de son chiffre d'affaires, il était important de rappeler que nous sommes citoyens français. C'est pourquoi, en 1998, nous avons aidé le centre Pompidou qui avait besoin de rénovation car sa fréquentation l'avait un peu usé. L'aide que nous avons souhaité apporter au musée s'est inscrite dans une démarche en lien avec notre entreprise. L'eau, matière essentielle de nos productions, non seulement concernant nos produits mais aussi pour les consommer, un whisky, un Ricard avec de l'eau ou des glaçons, s'est imposée comme une réalisation adéquate. Nous avons donc matérialisé notre soutien par la rénovation des bassins des terrasses du centre Pompidou.

**AA** | Est-ce que vous pensez qu'une entreprise d'une telle dimension doit impérativement contribuer à la complémentarité, qui semble s'avérer de plus en plus nécessaire, entre le privé et le public ?

**PR** | Je ne suis pas un donneur de leçons. Nous avons considéré que c'était bien de faire quelque chose d'important pour le centre Pompidou à un tournant décisif de son existence. En ce qui concerne le mécénat du musée du quai Branly, là encore l'eau demeure le fil conducteur. De plus, l'aspect multiculturel du musée fait écho à notre stratégie « Racines locales, ambition mondiale ». Il est primordial que nos collaborateurs adhèrent à ces actions. Quand nous avons présenté ce projet aux dirigeants du groupe lors d'une soirée dans la salle des arts premiers au Louvre, ils ont aussitôt adhéré à ce projet, comme plus tard les actionnaires à qui nous avons fait visiter le musée du quai Branly. Là encore, qu'on aime ou pas les arts premiers, le projet est extraordinaire et c'est une grande réussite. Alors après, est-ce qu'une entreprise doit le faire, ça c'est une autre question, personnellement je pense que oui !

**AA** | Un grand nombre d'expositions prestigieuses ne verraient pas le jour sans le soutien de grandes entreprises...

**PR** | Oui. Ainsi, la législation française sur le mécénat nous a permis d'offrir au centre Pompidou *Tête en profondeur* de Julio Gonzalez, une œuvre très importante même si elle est petite en taille ! Nous avons été, en quelque sorte, les pionniers dans ce domaine puisque nous étions la première entreprise française à permettre à l'État de conserver sur son territoire une œuvre d'art moderne classée "trésor national". →

Ci-contre :

Alexandre-François Desportes.

*Chienne blanche devant un buisson de sureau.*

1714, huile sur toile, 176 x 178 cm. Musée de la Chasse et de la Nature.





Julio González.

*Tête en profondeur.*

1930, 26 x 20 x 16 cm. Musée national d'Art moderne Georges-Pompidou.

Cela nous a coûté 3,2 millions d'euros mais grâce à cette loi, nous avons eu une réduction d'impôt de 90% de cette somme.

**AA** | Pourquoi avoir mis l'accent sur l'art ?

**PR** | De nombreuses filiales du groupe font également du mécénat humanitaire. Pernod mène ses propres actions de mécénat, Ricard et les filiales étrangères aussi. Nous avons un fonctionnement très décentralisé.

Ça tourne tout de même beaucoup autour de l'art. En ce qui concerne Ricard, nous avons créé un prix en 1999 dédié aux jeunes créateurs. Cet événement se tient au moment de la FIAC. Nous avons pris le parti de sélectionner des jeunes créateurs et de faire appel à chaque fois à un conservateur qui choisit le thème et les artistes invités. Le jury, composé de collectionneurs, décide qui est le lauréat. Nous achetons l'œuvre primée et nous la donnons au centre

Pompidou. Ainsi, ce jeune créateur est exposé au centre Pompidou pendant un an, ce qui est quand même très intéressant pour lui.

Pourquoi l'art ? Tout d'abord, il y a plein de facettes dans l'art : le cinéma, la peinture, la sculpture... C'est vaste, cela concerne beaucoup de gens, et comme on utilise l'argent de l'entreprise, il faut essayer de faire en sorte que ça cadre avec son image. Ensuite, peut-être parce que le reste nous est fermé : vous savez que l'on ne peut plus s'occuper de sport puisque nous vendons de l'alcool. Si on prend l'exemple de l'art contemporain, même s'il y a des aînés qui s'y intéressent, il y a aussi beaucoup de jeunes. Si vous voulez que votre empreinte reste contemporaine, il faut inscrire votre action dans un milieu contemporain. Je ne peux pas dire que tout ce qui est dans l'art contemporain me plaise, il y a beaucoup de choses qui ne me plaisent pas, mais l'important est que ça plaise aux gens dont c'est la génération. Le style Louis XVI était de l'art moderne à l'époque de Louis XVI : c'était créateur... Personnellement je préfère tout ce qui est un peu plus ancien, mais je dois reconnaître que les sculptures de Picasso ou de Julio González sont très intéressantes. Le problème, c'est que l'art moderne est très cher, alors que vous pouvez très bien vous faire plaisir avec des choses plus anciennes et plus abordables. Cela dit, on peut trouver des choses peu chères d'artistes débutants, mon fils par exemple achète des œuvres d'artistes débutants à des prix raisonnables. Ces tableaux d'Antoine Serra qui ornent mon bureau n'appartiennent peut-être pas à l'histoire de l'art, mais c'est la Provence, c'est chez moi, ça met du soleil dans mon bureau tous les jours quand il ne fait pas beau. La lumière est très importante pour un peintre et celle du midi est extraordinaire. Personnellement, j'aime beaucoup les tableaux de chasse d'Alexandre-François Desportes que l'on peut voir par exemple au musée de la Chasse et de la nature à Paris. Pour en finir avec mon goût, je serais éclectique mais paradoxalement aujourd'hui acheter un Rodin est moins onéreux que d'acheter une sculpture de Picasso ou d'un artiste américain contemporain.

**AA** | Quels sont les retours que vous attendez auprès de vos collaborateurs et de vos employés ? Comment le mécénat est-il perçu dans votre entreprise ?

**PR** | Tout ce qui est fait autour du mécénat contribue à l'adhésion d'une équipe à une entreprise. Par exemple, dans un domaine un peu différent, nous avons offert au Conservatoire du littoral 80 hectares de forêt en bordure de mer à Cavalière. C'est à la fois

beaucoup d'argent et pas grand-chose. Cette forêt n'était pas vraiment mise en valeur. Désormais, puisqu'elle appartient au Conservatoire, nous sommes sûrs qu'elle restera intacte. Au sein des entreprises du groupe, les gens ont été fiers que l'on fasse cette donation. Les collaborateurs sont contents que l'entreprise fonctionne bien mais aussi qu'elle se comporte bien. Parfois, des employés très bien payés ne sont pas satisfaits car leur entreprise n'a pas d'âme. Le revenu du salarié n'est pas toujours la priorité. Nous avons conçu une charte de développement durable valable dans toutes les entreprises du groupe Pernod Ricard, et comme nous sommes sur tous les continents, c'est très important. *Global compact* est la charte des Nations unies qui nous a poussés à publier notre propre charte. Celle-ci formalise notre respect, nos engagements envers nos consommateurs, nos clients, nos collaborateurs, nos actionnaires et l'environnement.

**AA** | C'est une question de philosophie, un rapport entre l'éthique et l'esthétique en quelque sorte ?

**PR** | Je ne sais pas s'il y a un rapport entre l'éthique et l'esthétique, mais il y a certainement un rapport entre l'éthique et l'efficacité. ■

#### Mécénats :

**Depuis 1975** : Création de la collection Pernod Ricard.

Chaque année depuis sa fondation, Pernod Ricard commande une œuvre destinée à illustrer le rapport annuel.

**1998** : Parrainage de la mise en eau des terrasses du centre Georges-Pompidou réalisées par l'architecte Renzo Piano.

**2003** : Donation au centre Georges-Pompidou de *Tête en profondeur* de l'artiste Julio González.

**Depuis 2004** : Convention de mécénat avec l'Atelier OstinatO pour soutenir de jeunes instrumentalistes de talent.

**2004** : Convention de mécénat avec le musée du quai Branly pour soutenir la réalisation des bassins de la terrasse par l'architecte Jean Nouvel.

**2004** : Soutien de l'exposition Julio González au musée Maillol et prêt par le centre Georges-Pompidou de *Tête en profondeur* de l'artiste pour cette occasion.

**2005** : Participation au parrainage de l'exposition Daniel Buren au musée Guggenheim de New York.

**2006** : Inauguration du musée du quai Branly.