

Пикассо и спонсоры



«Пикассо закрылся, да здравствует Пикассо!» После того как в Нью-Йоркском Музее современного искусства с успехом прошла выставка «Пикассо и портрет», работы великого франко-испанского мэтра начиная с 18 октября собирается показывать парижский Гран-Пале. Эта экспозиция станет в Пятой республике событием не только культурного значения, но и финансово-медиатического. Ведь картины Пабло Пикассо, которые приедут во Францию с другой стороны Атлантики, смогут быть выставлены благодаря «американскому методу»: большую часть расходов по организации вернисажа берет на себя Группа LVMH (Луи Вюиттон-Моэт-Хеннеси).

Хотя известный шампанским и бутиками «высокой моды» лидер производства французских предметов роскоши и не признается в размере своего вклада в финансирование выставки, можно предположить, что взнос спонсоров будет весьма весомым. По оценке экспертов, из предусмотренных бюджетом экспозиции 12 млн. франков (около 2,5 млн. долларов) как минимум 3,5 млн. внесут шампанско-парфюмерные меценаты. Конечно, по сравнению с Америкой, где никто никогда и не слышал о министерстве культуры и где искусство существует лишь благодаря филантропам, эта сумма не так велика. Но в Пятой республике практика масштабного меценатства еще новинка, и каждая крупная акция по спонсору тут же становится приятной сенсацией.

«Почему мы начали заниматься меценатством? Нам надлежит, что на нас смотрят только как на денежные мешки», - говорит Жан-Поль Клавери, советник по филантропии (есть теперь и такой пост!) Бернара Арно, президента-генерального директора

LVMH. «Занимаясь филантропией, мы утверждаем то, что наши марки - «Диор», «Моэт и Шандон», «Вюиттон», «Вдова Клико», «Хеннеси» - принадлежат национальному достоянию».

Верно! Но это далеко не все. Меценатство, которое является во Франции делом новым - первые крупные благотворительные акции начались в 70-х годах, - обрело сегодня свои права в Пятой республике. Сперва в 1987 году был принят так называемый закон Балладюра, в котором тогдашний министр экономики и финансов определял понятие «общественно полезного учреждения». А затем, после возвращения социалистов к власти, при поддержке энергичного Жака Ланга, министра культуры, были оформлены основные параметры этого «учреждения», которое становилось для предприятия главным инструментом по спонсорингу.

«Общественно полезное учреждение» создается во Франции на ограниченный период, но не меньше чем на пять лет. Цель такого фонда - благотворительная деятельность самого широкого профиля: культура, искусство, здравоохранение, гуманитарные акции, содействие науке... Начальная дотация, перечисляемая компанией для спонсоринга, должна составлять сумму не менее пятой части всех годовых инвестиций, предназначенных на филантропию. Считается, что это достаточная гарантия серьезности намерений мецената. Деятельностью «учреждения» руководит специальный совет, треть его составляют компетентные лица, не работающие непосредственно в компании-спонсоре... Регистрация «общественно полезного учреждения» максимально упрощена. Интересы спонсоров защищает «Адмикаль» - ассоциация для развития промышленного и коммерческого меценатства.

«Меценатство - долгоиграющая акция», - убежден Жан-Поль Клавери. - Таким образом мы привлекаем к нашей деятельности молодежь и способствуем развитию ее творческого потенциала». Скажем, в ходе каждой экспозиции, спонсируемой LVMH, организуется конкурс для учащихся Школы изящных искусств. И выставка Пикассо в Гран-Пале далеко не исключение: параллельно с ней пройдет конкурс докладов о творчестве Пикассо. Лауреатам LVMH предоставит стипендии для обучения в течение полугодя в любой из стран по усмотрению юношей и девушек.

Кирилл ПРИВАЛОВ,
соб. корр. «РВ».

Париж.

Рое. Вегги - 1996. 10.10.96. - с. 3.