

Louvre : nouvelles révélations sur les violations de l'accord entre la France et Abou Dhabi

écrit par Olivia Blanche | 6 juin 2019



Comme *Le Canard Enchaîné* le révèle aujourd'hui (voir notre [brève d'hier](#)), le procureur général de la Cour des Comptes, Gilles Johanet, qui vient de prendre sa retraite, a envoyé le 14 mai 2019 au ministre de la Culture et au ministre des Affaires Étrangères un signalement relatif aux conditions d'utilisation de la marque « *Louvre Abou Dhabi* ». Et son constat est particulièrement sévère.

Si nous avons largement traité de ce sujet en 2018 (voir [cet article](#) et [celui-ci](#)), il convient de souligner en effet la gravité des manquements du Louvre.

En 2007, nous avons critiqué vivement l'accord conclu entre la France et Abu Dhabi. Nous n'en sommes que plus à l'aise pour dénoncer les manquements graves aux traités signés par les gouvernements des deux pays.

On se rappellera qu'à la demande du gouvernement français, le Louvre avait accepté que son nom soit utilisé pour la dénomination du futur musée. **Ainsi, les Émirats Arabes Unis obtenaient ce que personne n'avait jamais concédé en huit siècles d'existence du Louvre, palais des rois puis musée.** En échange, il obtint une somme de 400 millions d'euros, en cours de versement. En réalité, il obtint beaucoup plus : le traité indiquait, en effet, que cette somme ne couvrait en rien les

utilisations publicitaires, commerciales ou pour la communication qui feraient l'objet d'un accord de licence de marque entre le Louvre Abou Dhabi et le Louvre prévoyant que ce dernier bénéficierait d'une rémunération chaque fois qu'il autoriserait les émiriens ou le Louvre Abou Dhabi à utiliser son nom.

Il y a un an nous nous sommes donc inquiétés de ne plus entendre parler de ces royalties quand le monde entier (presse, métros, compagnies aériennes, ...) abonde de publicités et de produits du Louvre Abou Dhabi. Et pour cause... même le procureur de la Cour des comptes s'en émeut à l'issue d'une enquête menée par les sages et transmise au le Sénat.

Pour bien comprendre l'enjeu pour le Louvre, il faut repartir de l'[accord signé « entre le Gouvernement de la République Française et le Gouvernement des Émirats Arabes Unis relatif au Musée universel d'Abou Dhabi »](#). Ayant fait l'objet d'une [loi votée par le parlement](#), ce texte inter-gouvernemental est un traité et à ce titre est plus fort que la loi de chaque pays. D'ailleurs, l'impossibilité de déroger au traité est inclus dans les termes mêmes de celui-ci puisqu'on y lit dans l'article 14, alinéa 1 que : *« aucune des dispositions de la convention d'application ou de toute convention subséquente conclue par les Parties ou par la structure du gestion du Musée seule avec un tiers quel qu'il soit ne peut être interprétée ou appliquée comme contredisant explicitement ou implicitement les conditions définies par le présent accord ou comme privant le Musée du Louvre de ses droits de propriété et de contrôle sur toute marque, produit, service, dénomination, nom de domaine ou appellation de quelque nature que ce soit contenant le mot « Louvre » ou y faisant référence, y compris la dénomination du Musée »*. Cet accord devait donc être respecté par le Louvre et sa direction n'avait aucun droit à y déroger. **Or c'est tout l'inverse qui s'est passé comme nous avons déjà eu l'occasion de l'écrire.**

Pour clarifier une démonstration qui n'est pas forcément simple, il faut rappeler que trois documents doivent être pris en compte :

✘ l'accord intergouvernemental de 2007 entre les deux pays, qui est un traité (nous l'appellerons par la suite le « traité »),

✘ un contrat de licence de marque signé en 2007 entre l'établissement public du Louvre et les autorités émiriennes qui précisait certains éléments de ce traité, notamment la redevance, qui ne devait pas être inférieure à 8 %, et devait donner lieu systématiquement à un accord par le Louvre, pour la vente de produits commerciaux (nous l'appellerons par la suite le « contrat de licence »).

✘ un contrat d'exécution signé par le Louvre en novembre 2018 (nous l'appellerons par la suite le « contrat d'exécution »).

Or la Cour des Comptes confirme que non seulement le Louvre n'a rien touché entre 2007 et novembre 2018 (et singulièrement depuis l'ouverture du Louvre Abu Dhabi et novembre 2018), mais que le contrat d'exécution contrevient à la fois au traité et au contrat de licence.

Au traité, car **il donne la gratuité au Louvre Abou Dhabi** pour nombre d'utilisations, parmi lesquelles les campagnes publicitaires ou de communication ! Celles-ci sont pourtant une vache à lait pour ceux qui prêtent leur image ou leur nom à une campagne publicitaire – songeons aux contrats signés par telle actrice de cinéma, tel footballeur ou sportif. Pour le Louvre, c'est gratuit !

Il contrevient également au contrat de licence car il prévoit une redevance de 8 % sur le chiffre d'affaire, soit le tarif plancher de la redevance, alors que le Louvre pouvait obtenir beaucoup plus au cas par cas et refuser son autorisation « *expresse et préalable* » en cas de résistance du Louvre Abou

Dhabi. Ce contrat d'exécution autorise également largement le recours à des sous-licences par le Louvre Abou Dhabi, alors que, selon le procureur de la Cour des Comptes, le contrat de licence de 2007 excluait de telles sous-licences, sauf exception agréée. Cette sous-traitance de la marque Louvre était également expressément exclue par le traité de 2007 puisqu'on y lit dans l'article 14 que « *la Partie émirienne reconnaît formellement que le musée du Louvre détient à titre exclusif les marques verbales « Louvre » et « Musée du Louvre » et que « le Musée du Louvre est seul habilité à apposer sur tout produit ou service, et dans le monde entier, une expression contenant le mot « Louvre » ».*

Comme le signale le procureur, le contrat d'exécution prévoit que : « *le Louvre percevra [...], en cas de sous-licence, 16 % du montant de la redevance perçue par le licencié, que ce dernier fixera librement avec le sous-licencié* ». **Tout cela est une nouvelle fois très grave. Non seulement le Louvre, qui doit pouvoir refuser toute utilisation du nom et doit pouvoir négocier le montant des redevances, est totalement mis sur la touche et ne maîtrise plus les prestataires qui exploiteront son nom (et les produits siglés Louvre qui pourront être vendus dans le monde entier), mais les conséquences financières sont considérables.** Imaginons en effet que le Louvre reçoive 8 % des recettes d'un accord commercial (le minimum, il pourrait négocier davantage), sur un contrat de 10 millions d'euros. Il devrait donc toucher 800 000 euros. Imaginons maintenant que les émiriens accordent une sous-licence à un opérateur qui générera un chiffre d'affaire de 10 millions, et que leur redevance soit négociée également à 8 %. Les émiriens recevront 800 000 euros, et le Louvre recevra, au lieu de 800 000 euros, 16 % de 800 000 euros, soit seulement 128 000 euros ! Donc une perte nette de 672 000 euros (ou une redevance de seulement 1,28 %) ! On imagine ainsi le manque à gagner pour le Louvre.

Le procureur affirme que le contrat de licence initial serait

« *ambigu* » car celui-ci comporte seulement les modalités de rémunération au titre de la marque concédée « *pour les produits commerciaux* », mais pas « *pour les opérations de communication et/ou de publicité* ». En réalité, il n'y a pas d'ambiguïté. Si les conditions de rémunération pour les opérations de communication et/ou de publicité ne sont pas précisées par le contrat de licence initial, ce sont les conditions du traité qui s'appliquent, et celles-ci sont claires (article 14) : « *L'usage du nom du Musée du Louvre ne peut être consenti que pour la dénomination du Musée, à l'exclusion de toute autre. Toute autre exploitation du nom du Musée du Louvre, de sa marque, de son image et/ou de la dénomination du Musée ou toute apposition de l'un de ces éléments sur un quelconque produit ou service fait l'objet d'une autorisation expresse et préalable du Musée du Louvre sous forme de convention conclue au cas par cas et prévoyant notamment l'intéressement au bénéfice de l'Établissement public du Musée du Louvre.* »

Cela plaçait évidemment le Louvre en position de force : pour tout contrat, il pouvait négocier un pourcentage ou un montant négocié, et devait quoi qu'il en soit donner son autorisation. Cela n'a jamais été le cas, et pas non plus pour les « *opérations de communication et/ou de publicité* ». S'il ne pouvait ici être question de redevance en fonction du chiffre d'affaire, le Louvre devait systématiquement être intéressé et signer un accord avec le Louvre Abou Dhabi, ce qui n'a pas été le cas.

Ainsi le procureur rappelle l'exemple de l'importante campagne publicitaire menée en partenariat avec la compagnie Etihad (un sujet que nous avons traité dans notre [article de 2018](#)), où le nom et le logo du Louvre Abu Dhabi était apposé sur le fuselage des avions de la compagnie et sur les billets et cartes d'embarquement. **Le Louvre n'avait rien reçu pour cette opération (et son autorisation n'avait même pas été demandée**

en infraction au traité). Selon le procureur, le Louvre a demandé des explications aux autorités émiriennes à ce sujet. Celles-ci reconnaissent ne pas avoir respecté les termes du contrat de licence en n'ayant pas informé le Louvre ni avoir demandé son autorisation. En revanche, elles affirment que puisqu'il s'agissait d'une opération de communication pour laquelle le Louvre Abu Dhabi rémunérait Etihad, cela n'avait pas à donner lieu à un intéressement financier du Louvre (ce qu'il n'a pas pu vérifier car, comme le signale *Le Canard Enchaîné*, le Louvre n'a pas pu consulter le contrat).

C'est, évidemment, contraire aux termes du traité, ce dont manifestement le Louvre est conscient d'après ce qu'écrit le procureur. Celui-ci ajoute que « *peu importe que l'utilisation de la marque ne se soit pas traduite par une rémunération directe du Louvre Abou Dhabi par la compagnie Etihad mais par des échanges de prestations[...] ou par des contreparties simplement immatérielles. Cette utilisation devait bien donner lieu à un intéressement financier négocié en faveur du Louvre, tenant compte des avantages de toute nature procurés à la compagnie Etihad* ». Comme l'a précisé *Le Canard Enchaîné*, « *la castagne s'est arrêtée là* » et le Louvre n'a absolument rien fait, si ce n'est nous répondre, lorsque nous l'avions interrogé, que : « *L'article 14 de l'accord intergouvernemental de 2007 est scrupuleusement appliqué depuis 10 ans* » !

Comme nous l'avions également écrit dans [notre article du 16 octobre 2018](#) (nous avons publié une photo d'une publicité dans le métro de Londres), le procureur souligne que « *l'inauguration du musée a été précédée, et accompagnée, d'une campagne de communication mondiale à grande échelle, notamment sous forme d'affichage dans le métro de plusieurs capitales occidentales* » sans que le Louvre ne reçoive rien. Toujours d'après le procureur, Jean-Luc Martinez a indiqué avoir donné son accord oral (rien d'écrit) et que le Louvre n'avait reçu aucune rémunération estimant qu'il n'y avait pas droit à ce titre. Ce qui est faux si l'on se réfère, une fois

de plus, aux termes du traité.

D'ailleurs, selon le procureur, le contrat d'exécution de 2018 contient des dispositions excluant la promotion et la publicité que fait le musée d'Abou Dhabi de tout versement d'intéressement financier pour le Musée du Louvre car cela serait compris dans le versement forfaitaire de 400 millions d'euros fait au Louvre. C'est, bien entendu, et une nouvelle fois, entièrement erroné. Le traité précise clairement que les 400 millions rémunèrent exclusivement « *L'usage du nom du Musée du Louvre[...] pour la dénomination du Musée, à l'exclusion de toute autre* » comme nous l'avons déjà écrit.

Le contrat d'exécution exclut aussi les revenus de parrainage conclus par le Louvre Abou Dhabi avec des entreprises du paiement de redevance. Or, là encore, il s'agit d'accords utilisant le nom du Louvre qui, selon le traité de 2007 *doivent* être autorisés par le Louvre et donner lieu au paiement d'une redevance. Or ce type de contrat de parrainage se monte fréquemment à plusieurs dizaines de millions d'euros par an. Etihad par exemple, [parraine le club de football de Manchester City](#) pour 40 millions de livres par an. S'il décidait d'un contrat comparable avec le Louvre Abou Dhabi (rien ne prouve d'ailleurs que ce n'était pas le cas de l'opération déjà menée avec Etihad), le Louvre n'aurait pas son mot à dire et ne recevrait pas un centime.

Pour couronner le tout, et comme *Le Canard Enchaîné* l'a déjà écrit, le procureur écrit que le contrat d'exécution de 2018 « *qui lèse manifestement les intérêts financiers du Louvre n'a pas été soumis à l'approbation préalable du conseil d'administration, ce qui constitue une irrégularité au regard des règles internes de l'établissement* ». Or, remarque encore le procureur, l'État français est garant de la bonne exécution de cet accord-intergouvernemental. Certaines clauses du contrat d'exécution violant des dispositions de ce traité, elles devraient être tenues pour nulles. Le procureur pense donc qu'il « *serait de l'intérêt de l'établissement public de faire reconnaître cette nullité par les tribunaux français*

[...] puis de renégocier en conséquence le contrat de licence de marque ».

La balle est désormais dans le camp des ministères de la Culture et des Affaires Étrangères qui ont deux mois (jusqu'à mi-juillet donc) pour répondre à la communication du procureur de la Cour des Comptes. Clairement, la responsabilité de Jean-Luc Martinez dans cette affaire apparaît écrasante, et on ne comprendrait pas comment il pourrait désormais demeurer à son poste. Quant aux relations avec les émiriens, elles doivent sans hésiter être clarifiées dans un sens conforme au traité qu'ils ont signé et donc favorable au Louvre.

[Didier Rykner](https://www.latribunedelart.com/louvre-nouvelles-revelations-sur-les-violations-de-l-accord-entre-la-france-et-abou-dhabi)

<https://www.latribunedelart.com/louvre-nouvelles-revelations-sur-les-violations-de-l-accord-entre-la-france-et-abou-dhabi>