

Lieux culturels, et si communiquer sur vos privatisations faisait partie de la solution ?

Par **LMedia** - 13 novembre 2025



MUSEVA Meetings en 2024 (©MUSEVA meetings, Jason Piekar)

Temps de lecture estimé : 2 minutes

TRIBUNE. Le jeudi 20 novembre 2025, le Grand Palais accueillera la 8^e édition de MUSEVA meetings, la convention d'affaires dédiée au développement des privatisations dans les lieux culturels. *ÉcoRéseau Business* est partenaire. Par Basile Nottin, responsable de MUSEVA meetings.

Alors que les institutions culturelles françaises sont sous le feu des projecteurs, elles évoluent dans un environnement budgétaire fragilisé. Près de la moitié des collectivités territoriales de grande taille ont réduit leurs budgets culturels en 2025, selon le baromètre annuel de l'Observatoire des politiques culturelles. Pour bien des musées ou monuments, chaque euro compte encore plus aujourd'hui qu'hier. Pourtant, la diversification des ressources et en particulier, la privatisation d'espaces pour des événements professionnels reste un sujet souvent tu, voire tabou.

Le temps est venu de revendiquer cette activité comme un levier stratégique pleinement assumé. Non pas parce qu'elle serait anecdotique, mais précisément parce qu'elle incarne une nouvelle façon de conjuguer rayonnement patrimonial et exigence de viabilité. Privatiser, ce n'est pas vendre son âme : c'est ouvrir grand les portes de la culture à d'autres publics, créer des ponts féconds entre histoire et économie, entre événementiel et lieux culturels.



Basile Nottin, ©MUSEVA meetings, Jason Piekar

Le Centre des monuments nationaux (CMN) illustre la portée de ces enjeux : «[...] Le modèle économique du CMN, fondé sur la solidarité entre les monuments, a démontré une nouvelle fois sa robustesse. Nos recettes propres, issues des droits d'entrée, de la privatisation d'espaces, mais aussi des librairies-boutiques, dont l'activité a été très dynamique maintiennent l'élan, salué cette année dans un rapport du Sénat, en atteignant un niveau inédit en 2024», rapporte sa présidente Marie Lavandier dans le rapport annuel du CMN. Le fonctionnement de l'établissement public sous tutelle du ministère de la Culture repose aujourd'hui à 72% sur ses recettes propres, issues notamment des locations d'espaces, démontrant que la privatisation, même minoritaire budgétairement, s'intègre dans un écosystème vital de revenus complémentaires.

Je pense qu'il doit exister une fierté à valoriser l'ouverture des lieux culturels aux entreprises et singulièrement à le communiquer ! C'est aussi cela que nous souhaitons mettre en avant lors de MUSEVA meetings. Cette convention d'affaires unique en son genre rassemble cette année plus de 140 lieux culturels, 500 décideurs de l'événementiel, et ouvre la voie à des collaborations fructueuses. Plus qu'un marché, c'est un écosystème où la culture devient moteur de sens, d'expérience et d'innovation, au cœur de la stratégie événementielle des marques comme des lieux culturels.

Il n'y a pas de contradiction entre vocation culturelle et stratégie commerciale tant que la finalité reste le service de l'intérêt général : pérennité, préservation, transmission. Osons sortir la privatisation de l'ombre ! Revendiquer cette activité ne nuit pas à la crédibilité patrimoniale, au contraire, cela montre que culture et économie dialoguent sans complexe, pour le bénéfice de tous.

Que chaque lieu : musée, abbaye, château, théâtre, salle de spectacle, de cinéma ose prendre la parole ! Face à la raréfaction des dotations publiques, la privatisation assumée n'est ni une limite, ni un renoncement, mais l'une des plus belles réponses à la crise de moyens qui menace la vitalité de notre patrimoine collectif.



Sources :

*Observatoire des politiques culturelles (**baromètre 2025**) ;*

Rapport annuel 2024 du Centre des Monuments Nationaux.

LMedia

<http://www.lmedia.fr>

