



Mécénat : mode d'emploi ; vers un nouveau partenariat associations-entreprises

Séminaire organisé par l'Oara, l'Ordre des experts comptables et l'association Script au Grand-Théâtre de Bordeaux, 18.02.10

Animateur : **Alain Ribet**

Intervenants

Ouverture :

Dominique Ducassou, adjoint à la culture de Bordeaux

Frédéric Vilcoq, conseiller régional délégué à la culture et à l'économie créative

Patrick Lopez, expert comptable et commissaire aux comptes, auteur du guide *Mécénat mode d'emploi, vers un nouveau partenariat associations-entreprises*

Témoignages :

Jean-Philippe Clarac et **Olivier Deloeil**, co-directeur du Lab

Ils ont témoigné de leur expérience à l'Opéra Français de New-York (rapport avec les mécènes : particuliers, Fondations, entreprises), du mécénat de compétence obtenu en aquitaine auprès d'une entreprise (SCABA) pour la fabrication du décor de leur dernière création, *Le More cruel*, et des rapports qu'ils entretiennent avec la Fondation Lagardère.

José-Manuel Cano-Lopez, directeur de la compagnie de théâtre éponyme, du Plessis Théâtre et du festival Acteurs Acteurs

Il a présenté le dossier mécénat qu'il a réalisé et les premières retombées.

Christian Rousille, président de Concert'o, club d'entreprise qui accompagne le développement de l'Orchestre de Pau.

Il a expliqué comment il est parvenu à monter ce club d'entreprise et les actions qu'il mène à présent.

Dominique Blanchecotte, déléguée générale de la Fondation d'Entreprise La Poste, directrice du cabinet du président et du directeur général du groupe La Poste.

Elle a présenté les actions engagées par la Fondation d'entreprise La Poste.

Christian Cancé, président du Groupe Cancé à Naye (64), entreprise spécialiste du métal dans le bâtiment.

Il a parlé de ses différentes expériences en tant que mécène et a expliqué comment il envisageait le mécénat.

Table ronde : « Le Mécénat en temps de crise » et « L'Avenir du mécénat en France »

Nadine Puyoo-Castaings, chambre de Commerce et d'Industrie de Gironde

Aymar de Blomac, commission Entreprises et Culture du MEDEF

Jean Harribey, président d'Arpeggio, association pour le rayonnement de l'Opéra national de Bordeaux et directeur du groupe Harribey, entreprise de BTP qui mène l'Opéra de Bordeaux

I-Présentation du guide *Mécénat mode d'emploi*, Patrick Lopez

Le guide tient dans une poche et fait une trentaine de pages. Sa lecture se fait par deux entrées : un côté est consacré aux associations et l'autre aux entreprises. Il présente de manière très synthétique et claire la méthode pour parvenir à réaliser un projet de mécénat. Y est associé également quelques conseils pratiques.

Une version électronique de ce guide devrait voir le jour.

Par ailleurs, il est à noter qu'il n'est pas directement distribué aux entreprises et aux associations.

Avec la réforme des collectivités et la disparition programmée de la taxe professionnelle (et la crise), il va falloir créer de nouveaux modèles juridiques comme les SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif), croiser les financements (privés, publics) et travailler avec les petites entreprises locales.

1-Le mécénat en chiffres

Le mécénat culturel représente 39% de l'ensemble du mécénat, soit un milliard d'euros. 73% des mécènes sont des entreprises de moins de deux cents salariés, mais les 27% restant financent 60% du milliard et sont exclusivement des entreprises de plus de deux cents salariés.

Le budget des associations représente soixante milliards d'euros (soit 15% de la production française). Les financements publics et privés représentent 50% de ces soixante milliards. Les fonds propres des associations représentent 32%, les cotisations 12% et enfin le mécénat 5% soit 3 milliards (et 0,15% du PIB).

Le secteur des services mécène à 64% et 23% pour le secteur du commerce.

Répartition du budget du mécénat par domaines d'activités :

- 39% à la culture
- 32% à la solidarité
- 15% à l'environnement
- 9% à la recherche
- 5% au sport

Il faut préciser que les mécènes soutiennent en premier lieu le patrimoine et l'acquisition d'œuvres d'art contemporain, ensuite l'opéra et les grosses manifestations. Le soutien aux autres esthétiques vient très loin derrière.

Il y a trois types de mécénat :
-financier
-de compétence
-en nature (il représente 33% de l'ensemble des dons)

2-Association et mécénat

Les associations cherchent dans le mécénat à compenser la baisse ou l'absence des ressources publiques. Mais elles y trouvent finalement autres choses :

- une plus grande autonomie dans leur projet
- une ouverture vers l'extérieure
- une stimulation de la création

Les freins

- méconnaissance du monde de l'économie et des finances
- suspicion de l'argent privé
- crainte de perdre le contrôle de la structure

P. Lopez précise que l'argent privé n'est pas une compromission.

La méthode

Dans une démarche de recherche de mécénat, il faut identifier le bon interlocuteur. Afin d'approcher ce contact on peut faire appel à son réseau. Souvent c'est le dirigeant de l'entreprise qui se charge du mécénat, dans ce cas il apprécie la discussion d'égal à égal et donc d'avoir à faire directement aux élus de l'association.

L'offre doit être ouverte et pensée stratégiquement en proposant à l'entreprise différents paliers d'interventions ou « pack ». Cela permet aussi d'asseoir le professionnalisme de l'association. La contrepartie doit être pensée de manière à faire rêver le mécène. Par ailleurs, il est important de montrer le caractère économique de la culture (la culture a un coût) en chiffrant l'événement et la contrepartie de manière précise.

La recherche de mécène doit peut-être être mutualisée afin d'employer une personne à cet effet. Il existe également des agences de communications qui prennent en charge cette recherche.

3-Entreprise et mécénat

Une entreprise se tourne vers le mécénat afin d'améliorer son image, ses relations et sa communication en interne comme en externe. Cela lui permet aussi de se remettre en question par rapport à l'objet sociale de l'association. Finalement, l'avantage fiscal n'est jamais déterminant dans le choix de l'entreprise.

(Avec la crise, la communication en interne et externe des entreprises prend de plus en plus d'importance. Les entreprises se soucient du partage de ses projets avec les salariés mais aussi avec leur famille).

Un chef d'entreprise peut également s'engager dans le mécénat pour le plaisir du défi que cela représente par rapport à un projet qui le passionne et à sa volonté de transmettre certaines valeurs.

Les mécènes soutiennent aussi bien des associations que ces nouvelles structures juridiques qu'on appelle SCIC – Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif (<http://www.scic.coop>).

(La chambre de Commerce et de l'Industrie ainsi que les experts-comptables sont les relais auprès des entreprises pour diffuser l'intérêt de la loi du 1^{er} août 2003 sur la défiscalisation du mécénat).

Les freins

- méconnaissance du monde associatif
- incompatibilité, a priori, des mondes : l'un lucratif l'autre non lucratif
- doute sur l'utilité commerciale du mécénat
- doute sur son utilité sociale et sa responsabilité sociétale
- fait face à des propositions souvent peu professionnelles et mal structurées

4-Mécénat et territoire

On note une concentration urbaine du mécénat.

Le mécénat doit se penser conjointement entre collectivités territoriales, associations et industries afin de le diffuser au mieux sur l'ensemble d'un territoire et pas uniquement au sein des zones urbaines.

73% des entreprises faisant du mécénat sont des PME et qui dit PME dit territoire. Une entreprise de moins de 200 salariés va penser en terme de valorisation de son territoire local. L'association doit donc lui présenter un projet ancré dans ce territoire afin de la séduire.

65% du mécénat est destiné aux régions et 40% se fait au niveau national.

5-Association et entreprise

La question est de savoir comment association et entreprise peuvent partager une démarche de projet.

Il existe deux types d'entreprises ; celles qui souhaitent construire le projet conjointement avec l'association et celles qui souhaitent se voir proposer un projet clef en main.

La relation partenariale avec le mécène est à négocier en convention pluriannuelle et pas au coup par coup.

L'intérêt général n'est pas le monopole de l'Etat, il est aussi celui des collectivités territoriales, des associations et des entreprises. En effet, on note parfois une prise de conscience des entreprises dans leur mode de fonctionnement interne avec les employés. Un travail effectué collectivement avec des associations permet également de revoir le rôle que l'entreprise joue sur son territoire.

La CCI est la structure la mieux placée pour jouer le rôle de médiateur, d'incitateur et de guide pour assurer les relations entre association et entreprise.

6-Quel futur pour le mécénat ?

Depuis quelque temps on voit apparaître une nouvelle forme de mécénat qui défend une économie sociale et solidaire.

Les nouvelles formes juridiques :

- le **fond de dotation** : cette structure a la capacité juridique de recevoir des dons et bénéficie d'avantages fiscaux. Elle joue un rôle de redistribution des fonds. (A la différence des fondations, la création d'un fond de dotation n'a pas besoin d'une mise de départ et a une grande liberté de fonctionnement).
- la **co-production** : il s'agit d'un particulier qui participe au financement d'un projet (ex : la cyber-production de chanteur via internet).

Actuellement on constate un glissement du mécénat vers l'action citoyenne et le domaine social (solidarité) ; les demandes sont importantes et les retours plus significatifs pour les entreprises. Ainsi pour parvenir à séduire les entreprises dans cette période les mots clefs sont : « solidarité », « culture solidaire » plutôt que « création ». Avec la crise ce glissement va sans doute durer.

II-Témoignages

Christian Rousille, président de Concert'o, club d'entreprise qui accompagne le développement de l'Orchestre de Pau.

Il précise l'importance d'inviter le chef d'entreprise ainsi que sa famille aux manifestations. L'événement est un moment privilégié pour créer du lien entre les entreprises.

Il applique des cotisations différentes en fonction du nombre de salariés de l'entreprise. Il leur offre une visibilité sur les plaquettes ainsi que sur le site.

Il estime que le mécénat n'est pas quelque chose qui s'improvise et que c'est un travail qui s'ajoute à celui du projet de l'association.

José-Manuel Cano-Lopez, directeur de la compagnie de théâtre éponyme, du Plessis Théâtre et du festival Acteurs Acteurs

Il a pris le risque financier d'engager une personne pendant quatre mois afin de s'occuper exclusivement de la recherche de mécénat pour combler la baisse des subventions publiques. Pour se faire, il a réalisé une plaquette présentant brièvement sa compagnie et proposant des formules aux mécènes.

Il précise, à juste titre, que l'avantage ne se limite pas aux 60% de déduction fiscale car à cela s'ajoute les 25% de contreparties. Ce qui fait 85% d'avantages pour 15% réellement payés.

Christian Cancé, président du Groupe Cancé à Naye (64), entreprise spécialiste du métal dans le bâtiment.

Il mécène principalement dans le domaine des arts plastiques car il y voit un lien direct entre son entreprise et le travail du métal avec le travail de la matière des plasticiens.

Il mécène au coup par coup en fonction de la personne et de la relation qui s'établit entre eux. Il insiste sur l'importance de la relation avec l'homme et la nécessité de créer du lien.

Le mécénat vient, pour lui, combler un manque qu'il a eu plus jeune (n'a pas eu l'occasion de développer une culture générale). Le mécénat est donc ici la volonté d'un seul homme, le chef d'entreprise.

Finalement il cherche à apporter une autre image de l'entreprise par le mécénat.

Jean-Philippe Clarac et Olivier Deloeil, co-directeur du Lab

Ils présentent le schéma américain en matière de mécénat, en précisant que la culture est principalement financée par la philanthropie des particuliers et par des dons, à l'inverse de la France. Ils n'ignorent pas les limites de ce fonctionnement.

Ils notent que l'artiste est reconnu aux Etats-Unis comme un producteur économique au même titre qu'un chef d'entreprise. De même le chef d'entreprise est lui considéré comme un créateur. Cette vision des choses favorise une meilleure entente entre les deux mondes.

Dominique Blanchecotte, déléguée générale de la Fondation d'Entreprise La Poste, directrice du cabinet du président et du directeur général du groupe La Poste.

La Fondation La Poste soutient les projets liés à l'écrit et la correspondance.

Elle précise qu'entreprise et fondation ne regardent pas forcément les co-financeurs et qu'ils sont davantage portés par la croyance dans le projet.

Elle insiste sur l'importance de confier le suivi du projet à un groupe de personnes qui ne va pas constamment changer.

III-Table ronde : « Le Mécénat en temps de crise » et « L'Avenir du mécénat en France »

Pendant cette crise, de nombreuses associations font appel la Chambre du Commerce et de l'Industrie. La CCI joue un rôle d'information et de sensibilisation des entreprises au mécénat. Elle met en place un accompagnement méthodologique sur le discours à tenir et la méthode à mettre en place.

Elle permet également de faire des ponts entre les entreprises et les projets de mécénats menés par les associations.

Aujourd'hui il semble que ce ne soit pas la bonne période pour solliciter du mécénat.

Cependant, l'entreprise prend de plus en plus conscience de sa responsabilité vis-à-vis de son territoire. La mise en place de l'Agenda 21 devrait venir impacter le tissu territoriale et ainsi faire travailler conjointement les acteurs de ce tissu (collectivités, entreprises, associations).

En temps de crise les entreprises se tournent vers les secteurs de la recherche et de la solidarité et s'éloignent de la création et de la culture.

Thierry Decorck, correspondant de l'ADMICAL Sud Ouest, rappelle que le mécénat ne doit pas se substituer à la politique de l'Etat. Il faut donc se battre pour le maintien de cet investissement. Il précise également, d'après une phrase de Jacques Rigaux, que « *le mécénat n'est pas là pour faire les fins de mois des pouvoirs publics* ».

Terminons par cette citation de Claude Levi-Strauss :

« *Il y a bien plus dans l'échange que les choses échangées.* »