

LE DEVELOPPEMENT DU MECENAT EST-IL SOUHAITABLE POUR L'AVENIR DE LA CULTURE ?

Colloque régional organisé par Entreprendre en Culture et la Compagnie de l'Oiseau-Mouche,
jeudi 14 octobre 2010 au Théâtre de l'Oiseau-Mouche / Le Garage.

Compte rendu de la journée

Ce compte rendu a été réalisé par un groupe d'étudiants du master 1 Métiers de la Culture à l'université de Lille 3, accompagné par Entreprendre en Culture et la Compagnie de l'Oiseau-Mouche.

Introduction

Les questionnements autour du mécénat se développant de plus en plus ces derniers temps, la Compagnie de l'Oiseau-Mouche et Entreprendre en Culture ont organisé un colloque ayant pour buts d'éclairer les acteurs en présence (en grande majorité des responsables de petites et moyennes structures culturelles) sur cette pratique et de favoriser les rapports entre entreprises et structures culturelles. De plus, cette journée esquissait la perspective de créer un laboratoire de réflexion sur les enjeux du mécénat.

La journée a été construite autour de la problématique « Le développement du mécénat est-il souhaitable pour l'avenir de la culture ? » (voir programme du colloque en ANNEXE I). Néanmoins, les débats n'ont pas réellement répondu à cette question mais plutôt mis en exergue les enjeux et les freins de la pratique du mécénat pour les entreprises et les structures culturelles. Cela peut s'expliquer notamment par le choix des intervenants, tous étant déjà investis dans ces problématiques, aussi bien entreprises, institutions que porteurs de projets. En dépit du questionnement annoncé, le mécénat n'a pas été remis en cause lors des débats et les intervenants ont eu tendance à le présenter comme l'une des rares solutions à la crise et au désengagement financier des pouvoirs publics.

Anne-Marie Sosnierz, consultante, créatrice du Cabinet Entreprendre en Culture, a ouvert la journée en proposant sa lecture du contexte économique et culturel. La baisse des financements publics obligerait les structures culturelles à se tourner vers de nouvelles sources de soutien, notamment les entreprises.

A travers trois tables rondes, la journée a soulevé des questionnements impliquant tour à tour les structures culturelles ("*La diversification des ressources : leurre ou opportunité pour les acteurs culturels ?*"), les entreprises ("*Les enjeux du mécénat pour l'entreprise : stratégie (mobilisation, positionnement, ouverture), motivations, projections*") et enfin les institutions publiques ("*Institutions : quelle mobilisation aujourd'hui ?*"). Lors du déroulement des débats, de fortes tensions ont été ressenties dans le public, essentiellement du côté des structures culturelles qui s'inquiètent de la banalisation de cette pratique comme palliation de la baisse des fonds publics alloués à la culture.

Ce compte-rendu est le fruit d'un travail complexe, car nous avons cherché à tenir ensemble les enjeux de restitution littéraire, sans rien lâcher des enjeux de problématisation. Il s'agissait pour nous de répondre à la demande de l'Oiseau-Mouche et d'Entreprendre en Culture, de proposer un document utile en vue de sa diffusion large, tout en se détachant de cette commande pour proposer une grille d'analyse de cette journée et des interprétations partageables.

I/ Un engagement politique fort en faveur du mécénat : vers un désengagement financier ?

A - Une impulsion politique

- Rappel de la Loi Aillagon

Nous n'avons jamais autant entendu parler de mécénat que depuis la crise, cependant l'État s'y est intéressé bien avant celle-ci. Le colloque a rappelé brièvement l'important travail qui a été réalisé afin de favoriser et développer le mécénat en France et qui s'est concrétisé avec la loi Aillagon du 1^{er} août 2003. C'est l'une des lois fiscales les plus avantageuses au niveau européen, elle a déjà permis au mécénat de connaître un bel essor. En effet, les entreprises mécènes de projets culturels peuvent bénéficier d'une réduction d'impôts à hauteur de 60% de leur don.

- Des missions et des postes au sein des institutions publiques.

La 3^{ème} table ronde réunissait des acteurs institutionnels de la région Nord-Pas de Calais : Jean-François Boudailliez, adjoint à la culture et Thibaut Brodin, Directeur Général du développement de l'économie et de la culture, tous deux à la Ville de Roubaix, Léonore Heemskerk, déléguée aux partenariats culturels de la Région et, Séverine Huby correspondante mécénat culturel de la DRAC. A travers la nature de leurs missions et de leurs discours, on constate qu'il existe aujourd'hui un véritable investissement des institutions à toutes les échelles (Etat, régions, villes) dans la recherche de mécènes et le développement de cette pratique. Davantage qu'une impulsion politique, ces représentants d'institutions estiment que le mécénat est nécessaire dans ce contexte de crise économique et sociale. Jean-François Boudailliez se dit par exemple « contraint et forcé de trouver de l'argent ailleurs » pour le bien de sa ville. Léonore Heemskerk, quant à elle, se définit comme une « VRP de la culture » qui construit un réseau de partenaires afin de « décroiser les univers » et mettre en relation des intérêts réciproques.

B - Une solution « inéluctable » ?

- Un contexte actuel de crise

Ce colloque s'inscrit dans un contexte particulier qu'Anne-Marie Sosnierz (Entreprendre en Culture) a introduit en prémisses des tables rondes (voir la synthèse de son intervention en ANNEXE II). Cet état des lieux prenant le parti de considérer le mécénat comme la voie nécessaire met en avant plusieurs éléments : Le contexte de crise structurelle, mondiale, et économique qui entrainerait des mutations irrévocables « Rien n'est déjà plus comme avant et bientôt rien ne sera plus comme avant »; le contexte de crise financière qui

génère de la méfiance et de la résistance à l'égard du monde de l'entreprise ; le contexte de diminution des financements publics et la fragilisation de nombreuses collectivités qui se déclarent hors d'état, à court terme, de poursuivre leurs engagements ; et la modification de l'action publique due à la RGPP (Révision Générale des Politiques Publiques). A partir d'un constat partagé sur le contexte socio-économique, nous pouvons interroger le caractère irrévocable et presque fatal de cette crise et du développement du mécénat comme solution.

- Le mécénat impliquerait-il une baisse des subventions ?

Lors de la première table ronde, et notamment lors de l'intervention de la co-directrice d'artconnexion, une crainte est apparue. En effet, Amanda Crabtree met en avant une certaine « ambigüité » : lorsqu'une structure est soutenue par un ou plusieurs mécènes importants, les collectivités peuvent avoir tendance à estimer qu'elle n'a plus fondamentalement besoin de subventions. C'est pourquoi il est important, toujours selon Amanda Crabtree, de bien communiquer afin de clarifier les choses auprès des institutions. Et elle propose de travailler à rechercher les financements en fonction des projets menés. Les projets financés soutenus par des fonds privés doivent-ils craindre alors une baisse des subventions en faveur de projets « non-financés » et doit-on craindre un désengagement plus global des politiques publiques lié à cette nouvelle pratique? Comment se pose dans ce contexte la question du financement du fonctionnement des structures et des associations ?

- La place des fonds privés parmi les financements de la culture

À ces inquiétudes du public, Séverine Huby répond que cette pratique n'a pour vocation ni de « se substituer aux fonds publics », ni de pallier le désengagement de l'État (terme qu'elle conteste d'ailleurs, parlant davantage d'une redistribution des fonds publics), en précisant que la DRAC n'a jamais diminué une subvention au motif qu'une structure recevait des « financements complémentaires ». Nous pouvons ici interroger la place des fonds privés en rappelant qu'ils ne sont pas articulés autour d'une politique culturelle et qu'ils semblent donc devoir occuper un statut de complémentarité. Tout financement en vaut-il un autre ? Ou bien le rôle déterminant de l'État et des collectivités locales dans le financement de la culture doit-il être défendu ?

En tous les cas, on constate qu'aujourd'hui, il y a un engagement politique fort en faveur du mécénat. Cependant, les institutions publiques sont confrontées à des difficultés voire à des dilemmes face à des mécènes engagés dans des démarches axées sur des valeurs, mais qui se préoccupent aussi des bénéficiaires pour leur entreprise.

II/ Entreprises et structures culturelles, des intérêts partagés ?

A partir de quand peut-on parler de mécénat et jusqu'où exactement celui-ci étend t-il son champ d'application ? L'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière définit ainsi le mécénat : un don sans contrepartie d'une personne physique ou d'une entreprise privée à un organisme d'intérêt général. Si selon Anne Marie Sosnierz, le mécénat de particuliers est une pratique importante dans le champ économique, nous nous concentrerons cependant sur celui qui concerne la relation des entreprises aux structures culturelles, puisque c'est sur ce point que le colloque s'est le plus attardé.

A – « Une aventure humaine »

Pour Dounia Mérabet, chargée du mécénat pour le musée *La Piscine* à Roubaix par exemple, le mécénat est avant tout une « aventure humaine » et la rencontre de deux projets complémentaires qui peuvent se dynamiser l'un l'autre, propos également tenus par Cécile Teurlay, chargée du mécénat pour la Compagnie l'Oiseau-Mouche. Dans le cas de cette compagnie professionnelle, un projet en lien avec le cabinet comptable aCéa a rendu possible un véritable échange entre les salariés de l'entreprise et les comédiens de la compagnie. Pour les représentants des structures culturelles présentes, le mécénat est à la fois le fruit d'une rencontre et le moteur d'un échange. Les bénéfices pour les deux partenaires se construisent alors hors du cadre financier : communication externe et interne, valorisation du savoir faire de l'entreprise, implication du personnel, conquête de nouveaux publics pour l'artiste ou la structure culturelle. Ce discours, porté par Dounia Mérabet et repris par tous les autres intervenants présents, reflète pourtant une certaine ambiguïté des rapports entre mécènes et structures. N'existe t-il pas un rapport de force entre ces deux partenaires ? Cet échange d'intérêts n'entre-t-il pas en contradiction avec le sens premier du mécénat, qui est avant tout un don qui offre des possibilités de défiscalisation ? Ou bien est-il à prendre en compte de manière naturelle ?

B - Un intérêt pour l'entreprise : une visibilité accrue

Eric L'Hote, directeur régional de la communication du Crédit du Nord à l'échelle régionale, en charge du mécénat pour son entreprise, s'avoue étranger au milieu artistique et culturel. Il délègue à d'autres, « plus compétents », le choix des structures à soutenir. Pour lui, cette pratique est liée à un intérêt d'image. L'entreprise doit pouvoir retirer un bénéfice concret de son investissement : une image de marque qui reflète une certaine éthique. Le mécénat est également intéressant en terme de communication interne, comme le soulève Gaëlle Colaert de l'entreprise Doublet. En effet, pour cette entreprise qui pratique exclusivement un mécénat

de compétences (mise à disposition de savoirs faire techniques des salariés à des artistes), il est l'occasion de valoriser les employés au sein de l'entreprise. L'*échange*, terme très récurrent lors des débats et pourtant différent du *don*, se traduit aussi par l'offre de places ou parfois même le prêt d'un lieu dédié aux chefs d'entreprises mécènes pour y organiser leurs cocktails. Ce dernier exemple a été donné par Christian Rizzo, chorégraphe de l'association Fragile, Dounia Mérabet mais également Léonore Heemskerk, déléguée aux partenariats culturels pour la région Nord-Pas de Calais

Il est également intéressant de constater une confusion entre mécénat et sponsoring à tous les niveaux. L'un est un don opéré sans contrepartie directe importante, l'autre est un achat facturé de communication. Ces deux pratiques, fiscalement opposées, le sont cependant bien moins dans la réalité. Les logos de plus en plus visibles, des espaces réservés etc. constituent autant de contreparties accordées tacitement, qui tendent à devenir monnaie courante.

Les structures culturelles ne retirent pas qu'un bénéfice financier du mécénat. Il y a d'une part les effets positifs (ceux décrits par Dounia Mérabet ou Cécile Teurley : conquête de nouveaux publics, richesse de l'aventure humaine et des valeurs partagées...). Il peut y avoir également des effets négatifs, lorsque l'image de l'entreprise mécène n'entre pas en adéquation avec les valeurs de la structure - d'où l'importance de bien choisir son mécène.

C - De la théorie à la pratique

Le co-directeur de l'association L'Entorse (association qui construit des ponts entre art et sport), présent dans le public, a souligné la grande difficulté que les petites structures pouvaient avoir à trouver des partenaires prêts à s'engager auprès d'eux. Trop de temps, trop d'argent, un investissement trop important pour cette petite association, où un poste de chargé du mécénat ne s'auto-financerait même pas. Mais la difficulté de la rencontre, liée au manque de temps, à une « méconnaissance » ou à un potentiel en matière de retour d'image trop faible n'est pas le seul problème. Il y a une différence fondamentale entre le monde de l'entreprise et le monde de l'art, une différence à laquelle de nombreux professionnels du secteur attachent beaucoup d'importance.

III/ Le langage : lieu de résistance, reflet d'un débat de valeur

A - La professionnalisation : volonté des institutions et des entreprises, perplexité des structures culturelles

Lors de ce colloque, plusieurs des intervenants ont encouragé les structures culturelles à se professionnaliser. Cela a suscité une certaine perplexité dans l'assemblée. En effet, les personnes travaillant dans le domaine culturel ne sont pas des amateurs mais bien des professionnels vivant de leur métier, ayant pour nombre d'entre eux reçu une formation, et qui ont une grande expérience, une connaissance de leur domaine, ainsi que des qualifications et compétences propres à leur activité.

Il semblerait qu'à travers l'expression « se professionnaliser », les entreprises présentes invitaient davantage les structures culturelles à s'adapter aux pratiques, outils, techniques, langage de l'entreprise, voire à les adopter. Selon eux, ceci permettrait de dépasser les incompréhensions qui existent souvent entre le monde de l'entreprise et celui de la culture. Cependant, les acteurs culturels peuvent tenir à ce que leur projet ne soit pas une entreprise comme les autres. Et cette spécificité vient notamment du rôle que la plupart d'entre eux confère à l'art et à la culture : transmettre un savoir, des valeurs, produire une émancipation, interroger le monde dans lequel nous vivons.

De ce fait, les outils et pratiques de l'entreprise ont-ils vraiment leur place dans le milieu culturel, ce dernier ayant déjà inventé des outils et relations aux personnes qui lui sont propres (médiation culturelle, action culturelle...)?

L'injonction était forte durant cette journée, de la part des entreprises et des représentants des institutions publiques présents, à « s'ouvrir à l'entreprise ». Une ouverture qui s'accompagnerait d'une « professionnalisation » du secteur, comme nous venons de le voir, ainsi que de l'utilisation d'un même langage.

B - Le vocabulaire de l'entreprise face au vocabulaire du monde de la culture

Lors de cette journée, au-delà d'une rencontre entre deux univers, ce sont deux langages qui se sont confrontés. Le problème du langage s'est manifesté autour de l'emploi du mot « vente », terme employé à plusieurs reprises. L'idée selon laquelle il faudrait vendre un produit culturel, comme l'on vendrait n'importe quel autre produit, a suscité une forte réaction dans le public. Ce n'est pas tant le mot *vente* qui dérange que les sens et les valeurs qu'il sous-tend. En effet, le mot *vente* est au cœur de la logique marchande et paraît peu dissociable d'autres termes tels qu'*efficacité*, *profit*, *bénéfice*, *intérêt*, *concurrence*, qui ont été entendus au cours de la journée. Est apparue alors une réticence à parler le même langage.

Selon Marie-José Mondzain¹, « L'univers des enjeux de la culture ne saurait se confondre avec le vocabulaire de la performance ». En culture, profits et valeurs ne se comptabilisent pas seulement en euros. De ce fait, les structures culturelles ont des spécificités qui se traduisent par l'usage d'un vocabulaire différent de celui de l'entreprise.

Ainsi, à travers cette question du langage est apparue une crainte : celle de la mutation des valeurs. Crainte que la culture ne devienne évènement et crainte d'un engagement vers la commercialisation et l'exploitation de la culture.

Conclusion

Les organisateurs du colloque ont montré leur désir de s'adresser aux petits projets culturels et aux PME du territoire Nord Pas de Calais, le mécénat étant avant tout un échange pour les protagonistes le pratiquant. Les discours de Cécile Teurlay ou Sébastien Coupez, qui ont mis en exergue l'importance du territoire et des valeurs dans le choix du partenaire, abondent dans ce sens. Il reste néanmoins de fortes interrogations quant aux possibilités des petites structures et des petites entreprises à s'intégrer dans la pratique du mécénat en termes de temps, de conscience des intérêts communs et de moyens.

Ce colloque a révélé des tensions émergeant de la compartimentation historique de ces deux mondes. La particularité du monde culturel français et sa résistance à entrer dans une logique entrepreneuriale est l'un des freins au développement de ces rencontres, mais c'est aussi la garantie des objectifs primordiaux de l'art et de la culture. Si résoudre les problèmes de langage favoriserait les rencontres et les échanges entre les deux secteurs, ce changement de vocabulaire ne serait-il pas préjudiciable aux valeurs du monde culturel ? Ne révélerait-il pas une mutation de ses pratiques ? Il semble en effet légitime que les structures culturelles cherchent à conserver leurs spécificités, tant dans leur vocabulaire que dans leurs pratiques, puisqu'elles ne fonctionnent pas selon le même modèle que les entreprises, et poursuivent des objectifs différents.

Bien qu'elle n'ait pas été formulée explicitement lors du colloque, la problématique de la journée n'en est pas moins demeurée sous-jacente tout au long des débats. En effet, les fortes tensions, les incompréhensions, le malaise qui se sont ressentis entre les différents acteurs ont donné corps au questionnement initial. Le développement du mécénat est-il souhaitable pour l'avenir de la culture ? C'est cette question qui est restée en suspens malgré

¹ MONDZAIN Marie-José, « Et ça va chercher dans les combien tout ça ? », in *L'Appel des appels, pour une insurrection des consciences*, sous la direction de GORI Roland, CASSIN Barbara et LAVAL Christian, Paris, Mille et une nuits, 2009.

son omniprésence latente dans les échanges entre public et intervenants. Si le mécénat doit devenir une solution d'avenir pour pallier le désengagement de l'État et permettre aux structures culturelles de poursuivre leurs objectifs dans le contexte économique actuel, cela devra être sur des bases stables, claires et sur des valeurs partagées ou comprises par les deux mondes en rapport.

ANNEXE I



22 rue du Château, 59100 Roubaix
Tél. : +33 (0)3 20 55 83 27
Portable : +33 (0)6 15 12 17 70



28, avenue des Nations Unies, 59100 Roubaix
Métro : Eurotéléport
Tél. : +33 (0)3 20 65 96 50
Web : www.oiseau-mouche.org

LE DEVELOPPEMENT DU MECENAT EST-IL SOUHAITABLE POUR L'AVENIR DE LA CULTURE ?

Colloque régional organisé par **Entreprendre en Culture** et la **Compagnie de l'Oiseau-Mouche**,
jeudi 14 octobre 2010 au Théâtre de l'Oiseau-Mouche / Le Garage

CONTEXTE ET ORGANISATION :

Entreprendre en Culture et la Compagnie de l'Oiseau-Mouche s'associent pour organiser un colloque dédié à la thématique du mécénat culturel, à l'échelle de la Région Nord-Pas de Calais. Temps d'état des lieux, d'information, de sensibilisation et d'échanges, cette journée de réflexion s'ouvrira aux débats et propositions, autour d'une pratique qui suscite à la fois engouement et craintes.

Dans un contexte de baisse des subventions, le mécénat apparaît comme une ressource complémentaire aux fonds publics, mais aussi comme une manifestation concrète d'un désengagement de l'Etat.

Le développement du mécénat signe-t-il la fin d'un service public de la culture, ou l'avènement d'un mode de financement favorable à l'essor des projets culturels ?

Nous tenterons de répondre à ces questions à travers trois tables rondes thématiques, suivies de débats avec le public. Elles réuniront des intervenants aux profils divers : acteurs culturels, acteurs économiques, représentants des institutions, afin de transmettre un éclairage multi facettes sur l'évolution du mécénat, ses enjeux, ses pratiques et ses limites, dans un contexte économique marqué par la crise.

Au-delà du partage d'expériences et de points de vue, ce colloque a pour objectif de favoriser l'émergence de nouvelles perspectives et de projets concrets. Nous le voulons préfigurateur d'un laboratoire de réflexion sur le mécénat à l'échelle de Roubaix, qui aura vocation à être élargi à d'autres territoires.

PROGRAMME / MATIN :

9h30 : Mot d'accueil par Stéphane Frimat, directeur de la Compagnie de l'Oiseau-Mouche

9h45 : Introduction par Luc Doublet, président du Conseil de Surveillance de Doublet

10h : Intervention d'Anne-Marie Sosnierz, Consultante, **Entreprendre en Culture : Etat des lieux du mécénat depuis la mise en place de la réforme du 1^{er} août 2003** (Généralités, données nationales et focus sur les pratiques en Région Nord-Pas de Calais)

10h30 : Table ronde n°1 : **La diversification des ressources : leurre ou opportunité pour les acteurs culturels ?**

Intervenants :

Sébastien Coupez, directeur de l'association Les Nuits Secrètes, projet de développement des musiques actuelles

Amanda Crabtree, co-directrice d'artconnexion, agence de production et de médiation d'art contemporain, médiateur délégué par la Fondation de France dans le cadre de l'action « Nouveaux Commanditaires »

Dounia Mérabet, chargée du mécénat, des partenaires et des locations d'espace, Roubaix – La Piscine, Musée d'Art et d'Industrie André Diligent

Christian Rizzo, directeur artistique de l'association fragile

Cécile Teurley, chargée du mécénat, des relations presse et de l'organisation des tournées à la Compagnie de l'Oiseau-Mouche

12h : Buffet servi dans le Hall du Théâtre

PROGRAMME / APRES-MIDI :

13h30 : Table ronde n°2 : **Les enjeux du mécénat pour l'entreprise : stratégie (mobilisation, positionnement, ouverture), motivations, projections**

Intervenants :

Gaëlle Colaert, directrice du marketing et de la communication de Doublet, correspondante de l'ADMICAL (Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial) en Région Nord-Pas de Calais

Eric L'Hôte, directeur de la communication régionale du Crédit du Nord

Philippe Motte, président du Cercle des entreprises mécènes, Roubaix – La Piscine, Musée d'Art et d'Industrie André Diligent

Christophe Segard, aCea, cabinet d'audit et d'expertise comptable – associé

15h00 : Table ronde n°3: **Institutions : quelle mobilisation aujourd'hui ?**

Intervenants :

Jean-François Boudailliez, adjoint à la Culture à la Ville de Roubaix

Léonore Heemskerk, déléguée aux partenariats culturels, Région Nord-Pas de Calais

Séverine Huby, correspondante mécénat culturel auprès de la Direction Régionale des Affaires Culturelles du Nord-Pas de Calais

Thibaut Brodin, Directeur Général du Développement, de l'Economie et de la Culture à la Ville de Roubaix

16h30 : Conclusion par Daniel Zielinski, président de l'association Art et Education – Compagnie de l'Oiseau-Mouche

16h45 : Café servi dans le Hall du Théâtre

Animation du colloque : Benjamin Dhier

Accès aux tables rondes et au repas gratuit. Réservation indispensable auprès de Cécile Teurlay, chargée du mécénat à la Compagnie de l'Oiseau-Mouche, par téléphone au +33 (0)3 20 65 96 52. Vous pouvez également nous retourner le coupon-réponse suivant par voie postale ou par e-mail : cteurlay@oiseau-mouche.org.

COUPON REPONSE

Nom :

Prénom :

Adresse :

Téléphone :

E-mail :

Je souhaite participer (rayer la mention inutile)

aux tables rondes : oui / non

au repas : oui / non

ANNEXE II



22 rue du Château
59100 Roubaix
Tél. 03 20 55 83 27
Port. 06 15 12 17 70
anne-marie.sosnierz@orange.fr

SIRET 480 701 283 00024 APE 741G

SYNTHESE INTERVENTION Anne-Marie SOSNIERZ Colloque du 14 octobre 2010 Théâtre de l'Oiseau-Mouche / Le Garage à Roubaix

Au-delà de la volonté d'informer, de sensibiliser, mais aussi de provoquer les acteurs culturels sur la mutation du secteur culturel et l'importance de se professionnaliser, de développer de nouvelles pratiques au registre desquels figure le développement du partenariat privé via le mécénat, l'objectif de ce colloque s'est voulu de poser les bases d'un laboratoire d'idées au service du développement par l'innovation du mécénat culturel à l'échelle du territoire de Roubaix.

Un contexte de grande mutation

L'avenir du secteur culturel, du secteur associatif sont aujourd'hui menacés, confrontés à de grosses incertitudes et ce partout en Europe. En France, de nombreuses incertitudes pèsent sur le secteur culturel confronté à des diminutions déjà notables de financements publics voire des maintiens de subventions de plus en plus conditionnées à des objectifs drastiques.

Nous sommes au centre d'une **période de grande mutation** et paradoxalement dans l'immobilisme absolu, sans vision du lendemain. Crise structurelle, crise mondiale, crise économique, crise financière. Période d'incertitudes, période de doutes, de peurs légitimes. *Rien n'est déjà plus comme avant* et bientôt *rien ne sera plus comme avant*. Un contexte où la baisse des financements publics apparaît désormais comme une épée de Damoclès sur de nombreux projets.

L'Etat engage une réforme des collectivités qui redessine les contours des compétences générales dédiées aux collectivités. Collectivités confrontées à des lignes de dépenses sociales en explosion qui nécessitent des budgets de plus en plus importants et relève de l'ordre de la priorité, ce qui imposent des choix. Au registre de ces choix, la culture relevant de compétences optionnelles n'apparaît plus comme une priorité.

Comment pour les communes continuer à assurer les conditions d'une vie culturelle dense ? Faute de transferts budgétaires de l'Etat, beaucoup de collectivités se déclarent hors d'état à court terme de pouvoir poursuivre leurs engagements.

Dans les grandes lignes du budget 2011-2013 les plafonds de crédits de paiement dédiés à la culture, soit 2,77 milliards d'euros devraient stagner avec une orientation très forte en faveur du patrimoine qui nécessite de gros moyens.

Une étude menée par l'Observatoire des politiques culturelles en 2010 révèle que 73% des collectivités présentent des budgets en baisse (1 à 20 %). Plus de 40 % auraient baissé leurs subventions de 5 à 28 %. Des données significatives quant on sait que les départements consacrent deux fois et demi plus de crédits 1,3 milliards que les Régions à la culture.

Du côté des grandes villes et des agglomérations, on observe une stagnation des budgets de fonctionnement en 2010 ce qui implique une baisse des moyens avec la contrainte de coûts de fonctionnement et de personnels en augmentation.

Sur les moyens et petits projets, les festivals, les collectivités sont de plus en plus les seuls financeurs.

La culture n'est pas le seul secteur concerné par ces désengagements, si le secteur de la solidarité nécessite de gros moyens, de nombreux dispositifs d'aide ont été supprimés.

La mise en œuvre de la LOLF (Loi d'Orientation de la Loi de Finances) et plus récemment de la RGPP (Révision Générale des Politiques Publiques) a considérablement modifié l'action publique. Tout ceci est certes le fait de prises de position politique mais également lié à des contraintes et directives européennes. Cela pose le paysage de demain et quelque soit le pouvoir en place, il ne reviendra pas en arrière.

On observe le même phénomène partout en Europe. L'Allemagne, la Suède, l'Espagne, le Portugal affichent des données catastrophiques sur la culture. La Grande Bretagne et la Belgique ont adopté des positions spécifiques de stagnation des budgets et de soutiens à de gros équipements. L'Allemagne supprime des lieux de culture.

En France, « *les caisses sont vides* ». Le déficit de la France n'a jamais été aussi important et pointé par l'Europe. Le rapport à l'argent n'a jamais été aussi présent : crise financière, dérives spéculatives, affaire Kerviel, affaire Woerth-Béthancourt, un rapport à l'argent entretenu depuis son élection par notre président lui-même. Tout ceci génère des postures de défiance à l'égard de l'argent et du monde de l'entreprise.

Le mécénat est lui-même au centre de nombreux débats dans les sphères culturelles et associatives en général. L'image de l'entreprise n'est jamais apparue aussi négative (profit spéculatif, CAC 40, argent sale, souffrance au travail, suicides, investissement mécénal au service de l'image, ingérence des patrons sur les projets mais aussi relation à la notion même de travail ...).

Nous assistons à la déliquescence d'un modèle où la notion du « tout Etat », de « l'Etat providence » est à reconsidérer. Dans un tel contexte, comment survivre, consolider les projets ; comment bâtir et s'engager sur des programmations sans certitude de pouvoir honorer les contrats faute de connaître la réalité des budgets alloués.

Une réalité d'autant plus complexe quand la manne publique s'accompagne désormais d'une exigence d'utilité, d'évaluation, de justification de l'action et de sa réalité. La manne publique provient en grande partie de l'argent du contribuable !

Les mots clés de cette exigence apparaissent comme des gros mots à une grande majorité d'acteurs culturels ayant fait le choix du secteur associatif, se revendiquant de l'Education Populaire, de l'Economie Sociale et Solidaire: professionnalisation, objectifs, indicateurs, évaluation, performance, gouvernance, management, rentabilité, marketing, benchmarking, mutualisation.

Les missions d'un consultant culturel relèvent aujourd'hui de l'ordre de la thérapie, du « sauvetage pompier » :

- appui au développement du modèle économique
- mise en place d'une vision stratégique
- mise en place de stratégies marketing
- mise en place d'un principe de gouvernance
- développement des partenariats privés

Les acteurs culturels et associatifs sont des entrepreneurs, des micro-entreprises qui s'ignorent. Ce n'est pas leur culture. Une vision qu'il va falloir faire évoluer afin de s'adapter à la nouvelle donne.

Le mécénat au service de l'évolution des pratiques

Dans ce contexte une alternative se profile à travers le mécénat. Le développement du partenariat privé apparaît comme un pont vers l'avenir, l'occasion de rencontres partenariales entre le monde culturel, le secteur associatif en général et le milieu économique. Deux mondes qui ont tout à apprendre l'un de l'autre pour se connecter, se compléter, dialoguer et agir ensemble sur la société.

Cependant, aborder le mécénat en contexte de crise structurelle grave n'est pas une mince affaire. En 2010 et depuis sa réforme par la Loi du 1^{er} Août 2003, le mécénat est toujours au cœur de l'actualité. L'engouement pour le sujet est aussi important que les crispations, les questionnements qu'il engendre encore chez les acteurs culturels et associatifs.

Le mécénat suscite encore bien des résistances et de la défiance vis-à-vis de l'argent qu'il représente, vis-à-vis de l'entreprise et de son mode d'organisation, mais il établit aussi et heureusement des positionnements éclairés malgré des peurs légitimes et la difficulté à se connecter au monde de l'entreprise. Deux mondes que tout oppose, qui ne se connaissent pas ou peu.

J'observe néanmoins au fil des années (formation de 600 structures depuis 2006) que les oppositions s'estompent. On note une ouverture, une évolution sensible sur le sujet et son intégration dans la réflexion stratégique des projets avec la prise de conscience de la nécessité d'intégrer le mécénat dans sa politique de développement.

Une fois convaincus par l'exemple et la pratique, la rencontre s'opère plus facilement et l'envie d'aller plus loin également. C'est ainsi que de belles initiatives partenariales voient le jour partout en France, se multiplient, se développent dans la durée.

Le mécénat, une alternative, un outil au service de l'innovation des pratiques

Définition du mécénat :

Le mécénat se définit comme le soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un caractère d'intérêt général. L'administration fiscale reconnaît l'existence de contreparties estimées à 25 % dans une opération de mécénat, à condition qu'il existe une disproportion marquée entre les sommes données et la valorisation de la prestation rendue ». *Instruction fiscale du 26 avril 2000.*

Définition du parrainage / sponsoring :

Le parrainage se définit comme un soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct. Il apparaît comme une action de publicité. Les contreparties sont en rapport avec l'avantage attendu et doivent être dans l'intérêt direct de l'entreprise.

Mots clés – messages définissant le mécénat en pratique :

- une rencontre entre deux volontés autour d'un projet

- une aventure humaine
- une raison d'être / une alternative au déficit de fonds publics
- une source de diversification des ressources financières
- une démarche apprenante, qualifiante au côté de l'entreprise
- un outil créateur de lien social
- un rôle au service du bien commun (intérêt général)
- pas un acte de charité mais une convergence d'intérêts
- pour l'entreprise une opportunité d'agir sur la société civile
- aussi une opportunité fiscale (entreprise / particuliers)
- un impact qui ne se mesure pas seulement en euros
- selon Jacques Rigaud : un acte marginal mais décisif, un supplément d'âme
- le mécénat révèle une autre image de l'entreprise : engagée, solidaire, humaine

Le mécénat en pratique : un bel essor depuis la Loi 2003

Le mécénat connaît un bel essor depuis la Loi du 1^{er} août 2003. Il a fait sa révolution et a aujourd'hui atteint un haut degré de maturité et de professionnalisme. La palette de dispositifs et d'outils ne cesse de se renforcer (fondations d'entreprises, fond de dotation). Même si la crise économique tend actuellement à en freiner la démarche.

Il n'est plus le fait des seules grandes entreprises (43 % des entreprises de plus de 200 salariés sont mécènes contre 26 % en 2008), de plus en plus de PME s'y engagent. Beaucoup de ces PME ont déjà tissé des liens avec le secteur associatif.

Pour les PME c'est un nouveau champ d'expériences allant bien au-delà du volet communication, se développant parfois comme un outil stratégique de responsabilité sociale au service de l'innovation et du développement durable. De plus en plus il accompagne des enjeux locaux et s'impose comme un vecteur de dialogue avec la société.

Le mécénat se professionnalise. De nombreuses formations lui sont consacrées. Il est à présent enseigné dans les grandes écoles, à l'Université. Il suscite des vocations dans les filières de communication. Les futurs managers seront sensibilisés à la question.

Rares sont les entreprises qui ne soutiennent qu'une seule cause (brouille les repères statistiques). L'engagement des entreprises s'inscrit sur le long terme (partenariat durable). Les entreprises sont à l'origine de nombreuses initiatives impactant la société à travers un mécénat en prise avec les problématiques sociétales (discrimination, diversité culturelle, précarité, santé, handicap, environnement).

A noter une présence des entreprises sur tous les fronts : culture, insertion par le sport, lutte contre les exclusions, emploi, logement, illettrisme ...

Les entreprises sont à l'origine de nombreuses initiatives impactant la société à travers un mécénat en prise avec les problématiques sociétales (discrimination, diversité culturelle, précarité, santé, handicap, environnement).

Au-delà d'une recherche d'image et de positionnement, l'entreprise recherche du sens, une légitimité et une cohésion à l'interne.

A noter un positionnement encore très axé et affiché sur les gros équipements culturels, les gros événements porteurs d'image (mécénat / sponsoring)

Sur le domaine de la culture, de nombreuses opérations s'inscrivent sur une actualité pointue : grandes expositions, thématiques annuelles, gros événementiels, Capitale Européenne de la culture, soutien à de gros équipements Louvre, Versailles, Opéra de Paris, rénovation du patrimoine.

On observe l'activation par de nombreuses entreprises d'un mécénat croisé (culture/handicap, culture/solidarité, culture/environnement) dans des approches parfois très singulières et innovantes.

Avec la crise, l'augmentation significative du mécénat de compétence vient compléter l'enveloppe financière et implique les collaborateurs. Une forme de mécénat en nette augmentation.

Le mécénat du particulier souvent négligé par les acteurs culturels et associatifs génère des apports financiers parfois au-delà de toute espérance. Une donnée à intégrer.

Si le mécénat se développe depuis 2003, il faut déplorer un déficit de communication sur un dispositif encore trop méconnu.

Avec l'entreprise et ses collaborateurs mais aussi ses clients, le mécénat se démocratise. L'entreprise s'empare du mécénat et l'impacte. D'un mécénat classique nous observons le passage à un mécénat de contribution, à un mécénat d'innovation.

L'entreprise n'a pas vocation à se substituer à l'Etat et ne remplacera jamais l'action publique. Elle la complète, la seconde, la prolonge au principe d'une volonté. Le mécénat s'inscrit comme une alternative aux financements publics pour la réalisation de projets.

Le mécénat inaugure un nouveau rapport latéral plus direct entre acteurs économiques et acteurs culturels et associatifs dont l'Etat reste l'arbitre (législation).

Le mécénat initie la réconciliation de l'économie et de la culture, de l'initiative privée et de la créativité culturelle. C'est un médium qui relie les pratiques et les intérêts (professionnalisation, rencontre, élargissement des publics, culture des publics, démocratisation de la culture).

Mécénat et crise : une diminution de 20 % / 2008

La reprise se fait attendre et impacte désormais le mécénat par la limitation des engagements financiers (Idem aux Etats-unis). Le mécénat connaît ainsi son premier fléchissement depuis l'essor consécutif à la Loi 2003.

Le repli budgétaire mis en évidence par l'enquête Admical/CSA d'octobre 2010 révèle non pas un renoncement mais des projections sur l'avenir dans un temps où les entreprises n'ont jamais été aussi sollicitées par le monde associatif du fait du désengagement croissant de l'Etat.

A noter un soutien plus sélectif des entreprises soucieuses de ne plus s'éparpiller à l'heure où le monde de l'entreprise est inquiet de son avenir.

Pour 2010 l'Admical /CSA établit un constat paradoxal : l'augmentation du nombre d'entreprises mécènes (+17 %) et une baisse du budget global du mécénat de -20 % ce qui le porte à 2 milliards d'euros.

A noter une baisse sensible du mécénat culturel 37 % soit 380 millions € en 2010 contre 39 % soit 975 millions € en 2008. Une baisse qui s'explique également par le développement marqué d'un mécénat croisé (culture couplée à des opérations éducatives, socioculturelles).

Les tendances observées :

- un mécénat davantage axé sur la solidarité 58 %
- une augmentation frappante du mécénat sportif 48 % (part du sponsoring ???)
- la crise a induit des changements d'orientation, la stagnation de certains budgets
- rares sont les entreprises qui ne soutiennent qu'une seule cause

- forte augmentation du mécénat de proximité
- augmentation du mécénat de compétences

LE MECENAT CULTUREL EN NORD PAS DE CALAIS

(Cf étude réalisée en 2007 pour le compte de la DRAC NPDC)

L'histoire de la région Nord – Pas de Calais démontre qu'elle est de longue date une terre de mécènes et qu'elle pratique un mécénat de tradition et d'engagement.

La philanthropie et la solidarité sont historiquement inscrites au cœur des préoccupations des acteurs économiques. Les industriels ont toujours utilisé l'art et la culture comme vecteur d'image et de communication.

En Nord – Pas de Calais, le mécénat est depuis toujours en prise avec les réalités sociales et culturelles locales et renforce l'engagement citoyen des entreprises.

Un positionnement pionnier en matière de mécénat

De grands mécènes ont participé à la construction d'édifices, constitué des collections remarquables dont ils ont doté certains musées, accompagné des artistes vers la reconnaissance, valorisé le patrimoine culturel.

L'expérience de Lille2004 puis de Lille3000 a démontré combien le monde économique pouvait être partie prenante d'un projet humain et territorial d'envergure aux côtés des collectivités à travers la culture.

L'essor actuel des clubs de partenaires autour des musées de la région témoigne de la volonté d'accompagner ces structures par le partenariat.

Dans cette région, le monde de l'entreprise et celui des collectivités ont pris l'habitude de se rencontrer autour d'un intérêt commun qui consiste à contribuer au développement de la culture, et plus spécifiquement d'une culture populaire favorisant le rapprochement des hommes.

Une enquête sur le mécénat d'entreprise en Nord – Pas de Calais réalisée par l'ADMICAL et l'institut de sondage CSA, en janvier 2007, a révélé un investissement réel des entreprises du Nord - Pas de Calais en faveur du mécénat.

En 2006, 1 millier d'entreprises ont ainsi consacré 97 millions d'euros à des actions d'intérêt général, privilégiant des actions de solidarité et de mécénat sportif ; le mécénat culturel n'apparaissant qu'en troisième position.

La culture est soutenue à hauteur de 34%, quelques mécènes identifiés qui s'affichent et les banques de plus en plus présentes. Les disciplines les plus soutenues : musique et arts plastiques

La solidarité concentre 63 % des actions.

Avec les grands événements et notamment Lille2004, une nouvelle tendance affirme qu'en s'impliquant sur les projets événementiels, les entreprises investissent la notion de marketing territorial en faveur du rayonnement de la région, donnant au mécénat une dynamique collective et événementielle très marquée.

La Région compte 17 fondations d'entreprises

Une pratique de saupoudrage et de discrétion

L'étude met en évidence une part de mécénat caché important, un mécénat de proximité à la pratique discrète. Ce culte de la discrétion et de la retenue participe d'une tradition issue d'une mouvance paternaliste, caractéristique d'un patronat traditionnellement chrétien.

Le mécénat fait l'objet d'une attention quant à sa perception en interne peu éloigné de leur cœur de métier et de la compréhension des collaborateurs.

Les entreprises interrogées indiquent ne pas avoir de stratégie particulière. Elles ne dévoilent ni leurs budgets de mécénat ni l'ensemble de leur pratique

La défiscalisation n'apparaît pas comme la motivation première

A noter la forte implication des dirigeants à travers une sensibilité artistique. La région compte nombre de collectionneurs d'art.

Le mécénat culturel se définit par défaut / vecteur d'attractivité et de rayonnement du territoire, notamment sur Lille 2004 ou le Louvre-Lens.

Les entreprises ne s'approprient pas l'étymologique du terme mécénat (par essence culturel réservé au prestige et à l'envergure et notamment aux grands groupes).

En Nord –Pas de Calais, c'est l'engagement en faveur du développement du territoire, des grands projets et de l'attractivité de la région qui dicte la pratique du mécénat des entreprises aux côtés des collectivités, une pratique collective.

Des stratégies de mécénat s'élaborent et sont désormais systématiquement associées à l'émergence de grands projets. Le Louvre-Lens et les Capitales Régionales de la Culture initiées par le Conseil Régional se veulent des exemples très significatifs de cette tendance.

Si le Pas-de-Calais s'avère le parent pauvre du mécénat, l'arrivée prochaine du Louvre-Lens suscite déjà l'intérêt collectif des entreprises au profit du développement de ce bassin.

Un mécénat d'envergure et métropolitain où le mécénat de proximité peine à exister

Notre constat tout comme l'étude menée par l'ADMICAL en janvier 2007, affirment la réalité d'un mécénat de proximité qui laisse apparaître une forte implication des PME, vivier et gisement de développement du mécénat en région.

Le saupoudrage constitue une part importante des actions de mécénat en direction de projets culturels, en soutien à un artiste, à un projet, à un événement. L'entreprise dilue son mécénat sur nombre de projets par la multiplication de petites sommes à une multitude d'associations aux actions les plus diverses.

Les gros projets se multiplient. L'offre et la demande se confrontent autour d'un panel de mécènes assez limité et concentré sur la métropole lilloise. Un marché et une concurrence se développent.

Hormis la crise aujourd'hui, les perspectives de développement du mécénat culturel en région sont favorables.

Le mécénat présente un vrai potentiel en région. Les petits projets doivent trouver leur place et créer les conditions d'une rencontre constructive avec l'entreprise aujourd'hui désireuse de se positionner sur la société civile.

Il nécessite une envie partagée, une cohésion interne, une stratégie, du temps, de la constance, de la persévérance, un projet et un minimum de professionnalisation notamment sur la présentation du projet et sa communication.

La démarche mécénale implique d'occuper le terrain en matière de communication, de relations publiques, de se confronter aux lieux que fréquentent l'entreprise. Elle nécessite de reconsidérer son approche de l'entreprise et d'apprendre à la connaître pour accompagner les conditions d'une rencontre fructueuse, nourrir un dialogue, développer le principe d'un partenariat gagnant/gagnant.

Des pans entiers d'entreprises de cette région ne sont pas encore sensibilisés au dispositif.

Les entreprises de la région souhaitent davantage recentrer leur mécénat sur des projets de proximité. Il convient d'en accompagner les conditions et de favoriser cette rencontre entre porteurs de projets et nouveaux mécènes potentiels. Le réseau VIA MECENAT y travaille.

Il appartient aux porteurs de projets de faire preuve d'initiatives, d'innovation, d'intelligence collective, de solidarité, d'audace, d'indépendance vis-à-vis des institutions dans le développement de nouvelles pratiques, de nouveaux modes de fonctionnement. D'appliquer la notion de créativité essentielle au développement d'initiatives porteuses de sens.

Soyez des créatifs culturels !

L'avenir ne s'attend pas, il se prépare.