

## ENTREPRISES



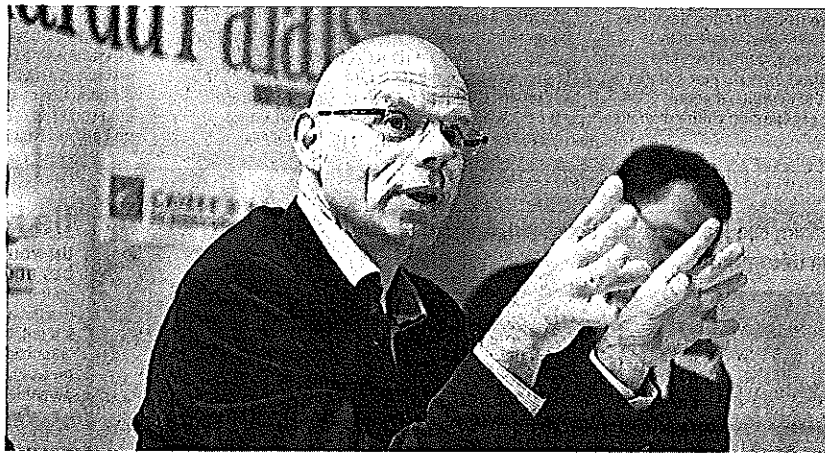
## État des lieux du mécénat

**Dîner-débat.** La loi en faveur du mécénat du 1<sup>er</sup> août 2003 commence à porter ses fruits, dans une région où le mécénat tarde à prendre de l'ampleur. Le dîner-débat organisé par *Le Journal du palais* sur le sujet a permis de recueillir explications, analyses et témoignages.

TEXTES : PATRICE BOUILLOT  
PHOTOS : MICHEL FERCHAUD

Étrange paradoxe: il ne viendrait à l'esprit de personne de contester que la Bourgogne est une terre de culture. Et pourtant, le mécénat semble avoir plus de mal que dans d'autres régions à « décoller ». Les 15 invités du *Journal du palais*, réunis le 27 mai dans un salon du restaurant Gallery 412 à Dijon, ont échangé ensemble sur ce curieux mal bourguignon. Dans une région peuplée avant tout de PME et où les entreprises communiquent peu, il ne faut peut-être pas s'étonner de voir le mécénat à la peine. Et pourtant, d'une part les outils existent, d'autre part les premières expériences ont été concluantes, rappelle Michel Roussel, directeur régional adjoint des affaires culturelles. « *L'arsenal d'outils me paraît suffisant* », assure le représentant du ministère de la Culture. « *La loi du 1<sup>er</sup> août 2003 est même exceptionnelle*, ajoute Philippe Buquet, directeur de l'Espace des arts de Chalon-sur-Saône. *Aucun pays au monde n'a osé aller aussi loin!* » De fait, André Ventalon, trésorier de l'Ordre des experts-comptables de Bourgogne Franche-Comté et chargé du mécénat, rappelle que « *la réduction d'impôt se monte à 60% des sommes engagées, à concurrence de 5% du chiffre d'affaires, et (quel) les dons en nature entrent dans le calcul* ». Les experts-comptables eux-mêmes portent donc la bonne parole: l'Ordre s'est engagé dans une démarche de mécénat, et certains cabinets comme Cléon-Martin-Broichot, lui ont emboîté le pas (lire ci-dessous).

Voilà la preuve en tout cas que le mécénat est ouvert aux PME. À Dijon, Pascal Tournier dirige l-com, « agence de communication interactive » de 15 salariés. « *Moi-même engagé dans le milieu associatif* (ndlr: il est trésorier



Le mécénat n'est pas la « danseuse » du chef d'entreprise. C'est souvent un coup de cœur, au départ. Mais la démarche s'inscrit dans une stratégie de communication, dans une volonté de dynamiser son territoire, et accessoirement de bénéficier de contreparties et de retombées commerciales.

de l'association Entre cour et jardins]. *Je suis conscient des difficultés financières que connaissent les acteurs culturels. Une PME n'a pas non plus les moyens d'un grand groupe. Alors la seule solution, c'est le mécénat de compétence.* » I-com conçoit donc le site internet des associations qu'elle mécène (les Jardins de Barbrey-sur-Ouche, Entre cour et jardins et le centre culturel de l'université de Bourgogne). La question reste d'expliquer et de convaincre les dirigeants de PME. C'est le rôle du ministère de la Culture ou de l'association pour le développement du mécénat industriel et commercial (Admical), qui ne dispose malheureusement plus de correspondant en Bourgogne. Des acteurs locaux se sont emparés de la question égale-

ment, à l'instar de la CCI de Dijon a par exemple créé une commission à cette fin, animée par Daniel Exarter. « *Un réseau d'acteurs s'est mis en place, pour informer, sensibiliser* », confirme Isabelle Boucher-Dolgneau, responsable de la communication à la direction régionale des affaires culturelles (Drac) et correspondante mécénat. Certains en ont même fait un métier à part entière. Virginie Taupenot, après une expérience dans l'audit et le contrôle de gestion, a fondé en 2002 sa société Co-alliance. Objectif: « *Accompagner les porteurs de projet et les entreprises dans la démarche de mécénat. Les acteurs culturels sont souvent méfiants vis-à-vis de l'entreprise, ils ne savent pas présenter leur projet, ils ont besoin de se professionnaliser. Les dirigeants de PME, eux, sont polyvalents et ne maîtrisent pas non plus le sujet.* » C'est bien là l'une des sources de blocage: « *Après la loi de 2003, les acteurs ont dû apprendre à se connaître, à s'apprivoiser. Aujourd'hui, le dialogue est en place* », analyse Michel Roussel.

Il n'empêche, ce sont tout de même bien les grands groupes qui ont d'abord montré l'exemple. Ils en ont les moyens, et mettent en œuvre une vraie stratégie de communication. « *Le mécénat est d'abord une question de culture d'entreprise, de valeurs*, souligne Marc Benner, délégué régional

d'EDF en Bourgogne. *L'impact commercial est secondaire: l'objectif premier, c'est la valorisation du partenaire, à l'extérieur mais aussi en interne, auprès de nos équipes.* » Le volet « communication interne » est, de fait, essentiel: « *Pour un groupe né de la fusion de deux entreprises comme le nôtre, indique Nathalie Épaulard, de la direction régionale de GDF-Suez, le mécénat permet de fédérer les équipes, de les mobiliser autour de nos valeurs. D'ailleurs, il n'y a pas de mécénats sans adhésion des collaborateurs.* » Même si, au départ, l'engagement de l'entreprise est souvent le fruit du « coup de cœur » du dirigeant, le mécénat s'inscrit dans une stratégie mûrement réfléchie et intimement liée au territoire: « *Pour une banque régionaliste comme la nôtre, le mécénat s'envisage comme un soutien aux territoires sur lesquels nous sommes implantés* », explique Olivier Dénéchère, responsable de la communication du Crédit agricole Champagne-Bourgogne. « *Le mécénat est une affaire de communauté: il porte une ambition citoyenne pour le territoire, associe des partenaires autour d'un désir quasi-éthique* », analyse Philippe Buquet. Et c'est parce que le festival du film policier est bon pour la ville qui l'accueille, pour son activité économique et son image, que Fabien Jacquet, adjoint au maire de

Beaune chargé des grands événements et du mécénat, a pu convaincre, un à un, les commerçants, les restaurateurs et les hôteliers de s'engager.

Et pourtant, ce sont bien les projets autour du patrimoine qui semblent plus à la peine encore que les autres, à l'heure de se trouver des mécènes. Hubert Galzy en sait quelque chose: le président régional de la Fondation du patrimoine a bien dû rencontrer 50 chefs d'entreprise pour obtenir l'engagement de quatre ou cinq. À Velars-sur-Ouche, la mobilisation générale, autour de la commune et de l'association des amis de la chapelle Notre-Dame-d'Étang, a permis d'obtenir le soutien de deux PME (les Salaisons dijonnaises et Erem Communication). Mais à Montigny-sur-Aube, Marie-France Ménage-Small, pour rénover son château pourtant ouvert à la visite toute l'année, cherche encore des partenaires. Elle n'a pas la chance qu'ont d'autres acteurs de porter des projets majeurs ou emblématiques comme Cluny 2010. Le musée des Beaux-Arts de Dijon est soutenu de longue date par des mécènes, petits ou gros, qui cofinancent l'acquisition ou la restauration d'œuvres, l'édition de catalogues ou l'organisation d'expositions (Caisse d'épargne, Crédit agricole, EDF, Autoroutes Paris-Rhin-Rhône, mais aussi des PME comme Geotec ou le cabinet Cléon-Martin-Broichot). Il a eu le temps, rappellent sa conservatrice Sophie Jugie et sa responsable de la communication Marie-Claude Chambion, de se doter d'outils structurés pour monter ces partenariats. Le mécénat est là, concrètement, une opportunité pour le musée de « *s'ouvrir sur la ville* ».

## Véronique Morlighem: Orange, mécène

« *La fondation Orange est au cœur du mécénat du groupe France Télécom et de sa responsabilité d'entreprise* », affirme Véronique Morlighem, directrice régionale de l'opérateur. « *En 2009, la fondation Orange soutient en Bourgogne le festival international d'opéra baroque de Beaune, l'ensemble vocal Aedes de Chzy-sur-Serein, le Nouveau Théâtre de Bourgogne pour son projet d'audio-description pour le public malvoyant, la mission locale du Nivernois-Morvan pour sa lutte contre l'illettrisme, et l'association du comité de jumelage de Gueynon pour son action d'alphabétisation des filles du village touareg de Feet au Mali* »

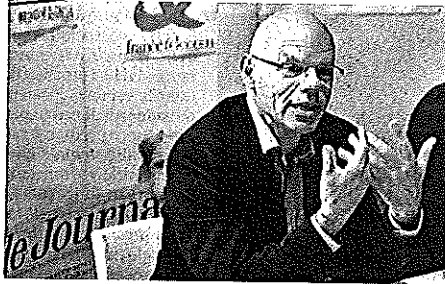
## « Nous voulions nous associer à une belle expo »

Le cabinet dijonnais d'experts-comptables Cléon-Martin-Broichot est mécène de l'exposition « *Matsse et les fauves hongrois* » qui se tient au musée des Beaux-Arts de Dijon jusqu'au 15 juin. « *Nous voulions nous associer à un projet qui va dynamiser Dijon, prouver que les PME sont un élément moteur du tissu économique et aussi donner l'exemple à nos clients* », explique Pierre Cléon. La soirée privée organisée par le cabinet, début avril, au musée, a attiré 400 acteurs économiques, réunis dans un cadre convivial. Le cabinet a engagé 15.000 euros dans l'opération. « *Les entreprises pensent que ce n'est pas dans leurs moyens. La preuve que si!* » Objectif atteint en terme d'image, selon Pierre Cléon. « *Nous recommencerons si Dijon refait une belle exposition.* »

# ENTREPRISES

## culturel en Bourgogne

Virginie Taupenot, sociète Co-alliance : « Les associations culturelles ont besoin de se professionnaliser dans leur démarche de recherche de mécènes. Elles doivent apprendre à bien présenter leur projet à des chefs d'entreprise qui, eux-mêmes, sont polyvalents et ont besoin d'accompagnement ».



Michel Roussel, directeur régional adjoint des affaires culturelles : « L'arsenal d'outils me paraît suffisant. Il a simplement fallu que les acteurs culturels et économiques apprennent à se parler, s'approvoient mutuellement. »

Sophie Jugle, conservatrice du musée des Beaux-Arts de Dijon : « Le mécénat s'intègre parfaitement dans la stratégie d'un musée "ouvert sur la ville". Il permet une visibilité accrue au musée ainsi qu'à l'entreprise mécène. »



Marie-France Ménage-Small, propriétaire du château de Montigny-sur-Aube : « J'ai pu convaincre assez facilement des PME locales, mais les grandes entreprises sont inaccessibles. L'image du château serait-elle effrayante ? Je souhaite pourtant qu'elles s'engagent pour m'aider à rendre son rayonnement à cette maison ».



Nathalie Épaillard, direction régionale de GDF-Suez : « Le mécénat permet de fédérer les équipes dans un groupe comme le nôtre, qui connaît une fusion d'entreprises. Il permet de mobiliser les collaborateurs autour de nos valeurs. »



Marc Benner, délégué régional de l'ERDF en Bourgogne : « Le mécénat est d'abord, pour ERDF, un soutien de culture d'entreprise de valeurs et de stratégie de communication. Nous avons à cœur d'accompagner des projets emblématiques comme Cluny 2010, où les technologies déployées "allient" avec notre métier. »



Olivier Dénéchère, responsable de la communication du Crédit agricole Champagne-Bourgogne : « Nous sommes une banque régionaliste, attachée à soutenir d'abord le territoire où nous sommes implantés. Le mécénat permet de rendre son âme à l'entreprise, et donc de travailler son image de marque. »

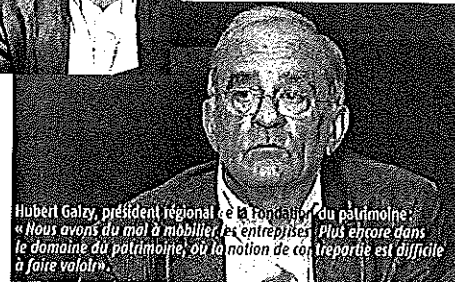


Philippe Guillaud, directeur de l'ICM des arts à Chalon-sur-Saône : « Nous sommes une offre de communauté. Il dépasse l'intérêt pour soi-même. Il porte une ambition citoyenne pour le territoire. C'est-à-dire la notion de répartition est essentielle. »



Pascal Tournier, P-DG de I-com : « Le mécénat de compétence nous permet de doter les associations culturelles que nous soutenons d'un site internet de qualité professionnelle. C'est en fait la seule solution, pour une PME, de pratiquer le mécénat. »

François Delagoutte, Pôle d'enseignement supérieur de musique de Bourgogne : « Nous entreprenons l'on prochain une démarche de recherche de mécènes. Il nous paraît déjà nécessaire de disposer d'outils adaptés. »



Hubert Galzy, président régional de la région du patrimoine : « Nous avons du mal à mobiliser les entreprises. Plus encore dans le domaine du patrimoine, où la notion de contrepartie est difficile à faire valoir. »

Isabelle Boucher-Dolgneau, responsable de la communication à la Brac : « Un réseau s'est constitué, qui diffuse l'information, contribue au travail d'éducation. La CC, l'ordre des experts-comptables, par exemple, jouent pleinement leur rôle. »



Fabrice Jarquet, adjoint au maire de Beaune, directeur administratif et financier de la maison Louis-latour : « Pour le festival du film policier, j'ai pris mon bâton de pèlerin pour convaincre hôteliers, restaurants, commerçants... »

André Ventalon, trésorier de l'ordre des experts-comptables de Bourgogne Franche-Comté : « Notre profession a souhaité s'impliquer elle-même dans le mécénat. C'est un acte de générosité discrète qui correspond bien à notre philosophie. »



Michel Berthenet, adjoint au maire de Velars-sur-Ouche : « Pour la restauration de la chapelle de Notre-Dame-d'Étang, la commune et l'association des amis ont mobilisé deux mécènes pour l'instant, qui ont éprouvé d'abord un coup de cœur puis ont accepté de mettre en place un soutien financier ou un mécénat de compétence. »

Soirée organisée en partenariat avec

