



Compte rendu réalisé par **Amalia MATURANA** et **Nadine RENAUDIN**

## **PETITS ET GRANDS MECENES**

Proposée par Beaux Arts magazine  
Vendredi 7 novembre 2008, de 17h30 à 19h  
Studio-Théâtre de la Comédie-Française

### **Intervenants :**

**Pierre ALLEAUME**, Propriétaire du Manoir de Couesme, à Anciennes dans la Sarthe  
**Elisabeth DELORME**, Déléguée générale de la Fondation EDF, Vice-Présidente de L'ADMICAL

**Jean-Claude NICOLAS**, Directeur de la Communication du Groupe Nexans

**Guillaume D'ANDLAU**, Mécénat et relations publiques du Crédit Agricole

**Anne SAMSON**, Conseillère en communication et mécénat

### **Table ronde conçue et animée par :**

**Jean-Christophe CLAUDE**, Directeur de Beaux Arts éditions et des partenariats de Beaux Arts magazine

## **INTRODUCTION :**

Jean-Christophe CLAUDE annonce que la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 a bouleversé le monde du mécénat en France. Cette loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations entraîne des avantages fiscaux pour les entreprises et les particuliers. Cet encouragement fiscal très incitatif favorise l'arrivée de nouveaux acteurs sur la scène du mécénat en France et permet aujourd'hui aux petites et grandes entreprises comme aux particuliers de participer plus largement à la sauvegarde du patrimoine.

La conférence proposée par Beaux Arts Magazine doit dresser un bilan du mécénat dans le domaine du patrimoine et de la culture, et faire le constat de l'après 2003 afin de mesurer les impacts réels de cette loi.

La table ronde réunit ainsi des acteurs du patrimoine d'horizons différents. Conseiller en mécénat, représentants de grands groupes et petit propriétaire privé, faisant part de leur expérience et de leur orientation en matière de mécénat.

Quels sont les impacts de la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 sur le patrimoine et quels types de sites ou de projets favorise-t-elle ? Peut-on parler de petits et de grands mécènes ?

Voici les interrogations qui vont former le fil conducteur de cette conférence. Jean Claude NICOLAS exprimera dans un premier temps la décision du groupe Nexans de soutenir un grand site tel que Versailles, puis Pierre ALLEAUME témoignera des difficultés pour les petits propriétaires de recueillir des fonds, et enfin Guillaume d'ANDLAU nous fera part de la politique locale de Crédit Agricole SA en matière de mécénat.

## **I. LES ENJEUX DU GRAND MECENAT : LE GROUPE NEXANS**

Jean Claude NICOLAS représente le groupe Nexans, leader mondial de l'industrie du câble. Le mécénat est un élément nouveau dans la politique de l'entreprise. Jean Claude NICOLAS rappelle que la décision de participer à la sauvegarde du patrimoine revient avant tout au Directeur du groupe Nexans, grand amateur et collectionneur d'art. Il a décidé que le groupe pouvait jouer un rôle dans le chantier "Grand Versailles", vaste chantier de réhabilitation dont le terme est prévu en 2020.

En effet, le choix de soutenir le patrimoine répond au besoin du renforcement de l'image et de l'identité dans la communication de l'entreprise. Jean Claude NICOLAS insiste sur l'importance du groupe en France et dans le monde, cependant celui-ci manque de visibilité. Participer et aider un grand chantier, c'est avant tout associer le grand savoir faire de Nexans à un monument prestigieux, mais également bénéficier de son image et de son rayonnement pour mieux faire connaître le groupe.

### **a) Un mécénat de compétence**

Jean Claude NICOLAS précise qu'en juin 2007 le groupe Nexans a signé un partenariat de 5 ans avec l'établissement public du Musée et du Domaine national de Versailles. Dans le cadre de cette action de mécénat, l'entreprise s'est engagée à fournir tous les câbles d'alimentation électrique nécessaires aux chantiers de rénovation du château et du parc de Versailles. Grâce à ce partenariat de compétence Nexans participe à la rénovation du réseau technique du domaine de Versailles, mais également au renforcement des dispositifs de sécurité du site (les câbles Nexans disposent de propriétés de réaction au feu améliorées). Le montant de cette action représente un million d'euros qui correspond au prix de revient de fabrication.

### **b) Des avantages pour l'entreprise**

Le mécénat offre un certain nombre de contreparties pour l'entreprise, au niveau externe pour la clientèle du groupe, mais aussi au niveau interne pour les employés en organisant les visites et les soirées privées. Ainsi Jean-Claude NICOLAS rappelle le succès de l'organisation d'une visite et d'une soirée privées à Versailles en juillet 2008 et la satisfaction des 250 invités. Il évoque également l'organisation d'un concours au sein de l'entreprise avec la possibilité de remporter une soirée privée à Versailles.

Le choix de soutenir le patrimoine n'a pas été contesté au sein de l'entreprise; Jean Claude NICOLAS ajoute même que le sentiment de fierté de collaborer à un tel projet est fort chez les employés. Le mécénat est donc un véritable instrument de cohésion qui renforce les liens au sein de l'entreprise et avec ses partenaires. Jean

Claude NICOLAS annonce à la fin de son intervention sa volonté de renouveler cette expérience de mécénat avec le projet du Louvre Lens en intervenant au niveau des équipements électriques.

## II. LES DIFFICULTES DU PETIT MECENAT: LE CAS DU MANOIR DE COUESME

Pierre ALLEAUME, propriétaire du Manoir de Couesme intervient dans cette seconde partie. Loin de la réalité des grands sites de France, il évoque les difficultés pour les petits propriétaires privés d'attirer les mécènes.

### a) Le Manoir de Couesme

Le Manoir de Couesme, la propriété de Pierre ALLEAUME se situe sur le territoire de la commune d'Anciennes, dans la Sarthe, région qu'il qualifie de "deshéritée" au niveau culturel. Bâtie à la fin du XV<sup>e</sup> siècle, la demeure appartenait à la famille Couesme, la plus vieille et puissante famille du Haut Manne. Au moment des rivalités entre la France et l'Angleterre, elle reste alliée à la couronne de France. C'est ainsi qu'elle connaît son apogée au XVI<sup>e</sup> siècle, suite à la victoire du roi de France. La lignée s'éteint ensuite au XVII<sup>e</sup> siècle. Pierre ALLEAUME précise que le manoir, outre son histoire, est également intéressant pour son architecture. "Le bâtiment possède l'une des plus vieilles charpentes à pannes de type anglais de la région. On y retrouve des éléments de confort de l'époque (cheminées et fenêtres à meneau)" souligne Pierre ALLEAUME. Construit avec les plus nobles matériaux de l'époque et de la région (pierre blanche de Caen, ardoises d'Angers), le manoir est inscrit à l'inventaire supplémentaire des Monuments historiques (ISMH) depuis février 2005 ; il fait l'objet aujourd'hui d'importants travaux de restauration.

Pierre ALLEAUME explique qu'il tente de faire connaître le manoir et d'attirer les visiteurs au travers de l'événementiel ; des visites et des expositions y sont régulièrement organisées. L'événementiel est géré par l'association du Manoir de Couesme créée dans le but d'animation du lieu. Ainsi, en automne 2008 une exposition sur le thème de l'épouvantail "Epouvantails, épreuves d'artistes" a été organisée sous le patronage de Jean-Pierre COFFE. Cette exposition a réuni 55 œuvres de 40 artistes exposées dans la cour du manoir, attirant près de 2600 visiteurs ; "ce qui n'est pas négligeable pour la région" ajoute Pierre ALLEAUME.

Ce dernier explique également qu'il organise chaque exposition avec beaucoup de soin dans l'objectif de fidéliser les visiteurs. L'affiche et le catalogue de qualité, ainsi que les invitations sont réalisés pour chaque exposition, ce qui nécessite un budget important. En même temps Jean-Christophe CLAUDE précise que l'entrée dans le manoir est gratuite.

Pour chaque événement organisé au Manoir de Couesme l'association peut fournir jusqu'à 80% des financements provenant de la vente des produits dérivés, tels que des cartes postales du manoir et des tee-shirts; quant aux 20% restant, ils proviennent de sponsors. Bien que l'association participe à l'animation des lieux, elle ne prend cependant pas part à la remise en état du manoir.

Pierre ALLEAUME explique que l'organisation d'expositions ne permet pas de financer les restaurations nécessaires au manoir.

Pierre ALLEAUME reconnaît que ce système ne peut être viable sur le long terme. Il compte alors sur le mécénat, mais reconnaît n'avoir reçu que deux soutiens significatifs

à hauteur de 1.500 euros pour l'année 2007. Il souhaiterait inviter les sponsors à "investir pour l'avenir", mais il avoue ne pas rencontrer un grand succès, même après la loi du 1<sup>er</sup> Août 2003.

#### **b) Le manque d'appétence pour le petit mécénat**

Anne SAMSON a créé sa propre agence de conseil en communication et mécénat. Elle réagit à l'intervention de Pierre ALLEAUME en insistant sur la difficulté de trouver des mécènes pour le petit patrimoine. Certes la loi du 1<sup>er</sup> Août 2003 révolutionne le monde du mécénat grâce à une incitation fiscale réelle, cependant elle ne suffit pas à développer l'appétence des entreprises dans des régions telles que la Haute Sarthe. L'incitation fiscale et les retombées en termes d'image ne semblent pas être suffisantes. Elle exprime également les réticences des particuliers à aider les propriétaires privés, malgré une déduction de 60% de la somme offerte. Elle rappelle aussi que le choix de soutenir le patrimoine ne fait pas toujours l'unanimité au sein de l'entreprise. Enfin, Anne SAMSON reconnaît que la très attendue loi de 2003 est un formidable outil, mais qu'elle ne représente pas encore "le sésame pour les initiatives dans le domaine culturel".

### **III. CREDIT AGRICOLE : LE CHOIX DE SOUTENIR DES PROJETS LOCAUX**

Guillaume D'ANDLAU, responsable du mécénat et des relations publiques au sein du Crédit Agricole, évoque dans cette troisième partie l'engagement de la société Crédit Agricole auprès du patrimoine français. Comme le groupe Nexans, Crédit Agricole soutient les grands sites, mais Guillaume D'ANDLAU insiste avant tout sur l'approche régionale et l'aide apportée au patrimoine local.

#### **a) Une organisation décentralisée au profit du développement économique des territoires**

En effet, Crédit Agricole favorise avant tout les petits porteurs de projet et le petit patrimoine. Cette politique est le reflet de l'organisation interne de la société, conformément à l'organisation décentralisée du groupe. En effet, ce sont les Caisses Régionales qui interceptent les demandes de subvention. Après étude, elles les soumettent au Conseil d'Administration de la Fondation Crédit Agricole France, qui statue.

Guillaume D'ANDLAU précise que chaque année 35 à 40 projets sont sélectionnés dans les différentes régions de France. Pour être retenus "les projets doivent s'inscrire dans la durée et être de taille raisonnable". Le critère principal de sélection reste celui de l'impact du projet sur l'économie locale.

#### **b) Petits et grands mécénats**

Guillaume D'ANDLAU rappelle que depuis sa création en 1979 la Fondation Crédit Agricole a soutenu près d'un millier de projets. Outre la création d'une fondation de microcrédits dotée de 50 millions d'euros, la société possède un budget en matière de mécénat qui s'élève à 25 millions d'euros en 2007, dont 80% sont distribués au travers des caisses régionales. Ainsi la Fondation Crédit Agricole soutient chaque année une

cinquantaine de projets à la hauteur de 23.000 euros en moyenne chacun, ce qui n'empêche pas des petits financements à la hauteur de 1500 à 2000 euros.

Cependant Guillaume D'ANDLAU reconnaît que le soutien porté aux projets locaux ne présente pas les mêmes retombées médiatiques que celui porté à un grand site. Ainsi, dans un souci de visibilité et de communication, la banque devient partenaire du Château de Fontainebleau à partir de 2007. Selon Guillaume d'ANDLAU le site "semblait délaissé au profit de Versailles". Deux appartements de 1.000m<sup>2</sup> et le tableau de l'empereur Napoléon III ont déjà été restaurés grâce à l'intervention de la banque.

### **c) Soutenir des projets à dimension culturelle, sociale et économique**

Le Crédit agricole intervient avant tout dans le cadre d'un projet à dimension culturelle, mais aussi sociale et économique. En effet, Guillaume d'ANDLAU tient à préciser que la Fondation Crédit Agricole France soutient les dossiers faisant écho au développement économique et social des territoires. Dans le cas du château de Fontainebleau, la Fondation Crédit Agricole France a contribué à la réhabilitation du cabinet de travail de Napoléon III et a mis en place un pôle pédagogique destiné aux enfants, répondant à l'objectif de sensibilisation des jeunes à la culture. Désormais ces derniers peuvent entrer en contact avec le mobilier et les objets caractéristiques de la cour de Napoléon III. Ces travaux ont été confiés à des artisans d'art. Crédit Agricole illustre donc son engagement en faveur des métiers d'art et des savoir-faire qui sont menacés de disparition, et contribue à la création d'emploi dans ce secteur d'activité.

## **CONCLUSION**

Il revient à Elisabeth DELORME de clore cette table ronde. La déléguée générale de la Fondation EDF et vice-présidente de l'ADMICAL évoque tout d'abord la politique d'EDF en matière de mécénat.

Elle rappelle l'opération de restauration à Versailles, offrant la possibilité d'adopter une statue des jardins en soutenant sa rénovation. Ce projet a rencontré un grand succès et de nombreux "petits mécènes" ont participé à la hauteur de 2000 euros par statue. Elle espère renouveler ce type de projet avec les bancs de Versailles.

Cependant, Elisabeth DELORME rappelle que la culture et le patrimoine ne sont pas la priorité de la Fondation EDF. En effet, cette dernière apporte avant tout son soutien aux projets qui relèvent du domaine de la santé et de la nature. Elisabeth DELORME explique qu'au travers des délégations régionales la Fondation peut être amenée à soutenir le patrimoine local. Cependant, la Fondation se veut avant tout scientifique et porte principalement son intérêt aux initiatives de création, tout particulièrement dans le domaine des nouvelles énergies. Un dossier traitant du patrimoine a donc très peu de chance d'être reçu à la Fondation EDF.

Elisabeth DELORME souhaite ensuite donner quelques conseils aux petits porteurs de projet. Elle rappelle que, dans une démarche de mécénat, il est plus facile de s'adresser aux grands groupes car ils sont plus visibles. Cependant, elle insiste sur la nécessité de bien sélectionner ses mécènes car tous ne réagissent pas de la même manière face à un projet.

Elisabeth DELORME revient ensuite sur la loi du 1<sup>er</sup> Août 2003 qu'elle qualifie de révolutionnaire car l'Etat français accepte enfin de donner une partie de l'argent qui lui est dû au soutien de projets que le particulier comme le chef d'entreprise peut personnellement choisir. Elle rappelle combien il a été difficile de mettre en place une telle loi et de la faire accepter par Bercy. Elle avoue également constater le peu de retombées de cette loi pour le petit patrimoine et la difficulté pour les petits porteurs de projet de séduire les entreprises et les particuliers. Elisabeth DELORME souhaite voir évoluer les mentalités à ce propos, et insiste sur la nécessité de mieux faire connaître la loi du 1<sup>er</sup> Août 2003 auprès des PME.

Enfin, elle rappelle l'engagement de certains mécènes étrangers auprès du patrimoine français, tels que les Russes et les Américains très présents à Versailles. Elle espère ainsi que les initiatives de mécénat français se tourneront vers l'étranger.