

Coordonné
par
Nicolas
Gérardin,
Parc national
de Port-Cros



PLONGÉE À PORT-CROS. ARRACHAGE DE LA CAULERPA TAXIFOLIA EN PARTENARIAT AVEC LA FONDATION TOTAL.

Certains vont crier au loup

Certains vont crier au loup. L'entreprise n'a rien à faire dans le domaine de la protection de la nature. Il y a même antinomie, un fossé sépare les valeurs de l'entreprise privée, dont l'objectif est de faire du profit, et la protection de la nature dont l'éthique s'appuie sur l'acte gratuit au service de l'humanité tout entière. Mais dans les faits? Dominique Legrain (voir encart page suivante), ancien directeur adjoint du Conservatoire du littoral et inspecteur général de l'environnement au ministère de l'Écologie, brosse le tableau du mécénat en France: « Si l'on regroupe les financements par thème, on s'aperçoit que le mécénat environnemental détient la portion congrue. En 2001, l'environnement ne figure que pour 4% du mécénat, avec 14 millions d'euros. L'humanitaire et la solidarité drainent quant à eux 134 millions d'euros, soit presque 40% du total. Enfin, le culturel se taille la part du lion avec 195 millions d'euros, soit 57% du mécénat de l'Hexagone. »

On réfléchira alors un instant sur cette déduction: « Si, en France, la part du mécénat environnemental atteignait le tiers du mécénat total actuel, les crédits alloués à l'environnement seraient multipliés par huit. » La tendance du mécénat environnemental est cependant à la hausse puisque les chiffres de 2005 le portent à 150 millions, soit 15% du mécénat de l'année (un milliard d'euros).

Les freins du mécénat en France

Une question surgit alors: quels ressorts psychosociologiques empêchent les défenseurs de l'environnement et les mécènes de travailler de concert? Y aurait-il plus de risque à financer la réhabilitation d'un site que la restauration d'un bâtiment historique?

Pour plus d'exactitude et avant de répondre à cette question, rappelons que la définition juridique du mécénat recouvre une contribution sans contrepartie; à la différence du parrainage, qui s'avère une contribution comportant des retombées directes pour l'entreprise, et du sponsoring qui est un acte commercial et publicitaire.

Mais revenons à la question: pourquoi si peu de mécénat dans le domaine environnemental? Pour Jean Jalbert, directeur de la station biologique de la Tour du Valat, c'est un fait, « il y a une méconnaissance du monde de l'entreprise par les protecteurs de la nature et une égale méconnaissance de l'environnement par les entreprises. Les protecteurs répugnent à travailler avec de grands groupes industriels. Pour eux, Total, c'est la marée noire de l'*Érika*, l'explosion AZF de Toulouse... Même attitude à l'égard d'EDF, de Lafarge, de Procter & Gamble ». Notre économie, à la croissance galopante, fait peser sur la nature une menace constante et travailler avec le diable, c'est vendre son âme. Pourtant, continue Jean Jalbert, « le seul cas où l'on peut écarter une entreprise d'un partenariat, c'est lorsqu'il y a contradiction entre les activités de l'entreprise et l'objectif assigné à l'association. Ainsi, le Conservatoire du littoral ne peut accepter le mécénat d'un promoteur immobilier. De même, l'institut Gustave Roussy¹ ne peut accepter le parrainage d'un fabricant de cigarettes ou d'un marchand d'alcool ». Un autre frein au mécénat environnemental est lié au fait que l'idée même de protection de l'environnement est relativement récente, du moins auprès du grand public. Il faudra, par exemple, attendre le sommet de la Terre de Rio en 1992 pour que les entreprises entendent parler de développement durable.

Les choses évoluent cependant, ainsi Stéphane Couchoux, avocat du barreau de Marseille spécialisé dans la fiscalité et le droit privé, constate une importante évolution dans le management et la culture entrepreneuriale: « Dans les années 1960, l'économiste américain Milton Friedman répétait que la responsabilité sociale de l'entreprise consiste à faire du profit. Alors qu'aujourd'hui, au contraire, Francis Bouygues souligne que la responsabilité de l'entreprise ne peut se limiter au profit. » Jean Jalbert renchérit: « Le monde économique découvre l'engagement citoyen, et les protecteurs découvrent la dimension économique de la gestion des

1. Premier centre européen de lutte contre le cancer.

LES PROPOS
RAPPORTÉS DANS CET
ARTICLE ONT ÉTÉ TENUS
LORS DE LA DERNIÈRE
UNIVERSITÉ DU RÉSEAU
DES GESTIONNAIRES
D'ESPACES NATURELS
PROTÉGÉS (MENTON,
LES 3 ET 4 MAI 2006).
CES JOURNÉES ÉTAIENT
ORGANISÉES PAR
L'AGENCE RÉGIONALE
POUR L'ENVIRONNEMENT
(ARPE). ELLES
TRAITAIENT DE
« MÉCÉNATS ET
PARRAINAGES DANS LES
ESPACES NATURELS
PROTÉGÉS DE
PROVENCE-ALPES-CÔTE
D'AZUR ».

suite page 10 ●●●



© Véolia environnement

● ● ● **suite de la page 9**

territoires protégés.» À son avis, les temps sont mûrs pour nouer de vrais partenariats gagnants/gagnants. Un autre versant de la question s'inscrit dans notre inconscient collectif. En effet, en France, la protection de la nature est traditionnellement une mission régalienne de l'État (Office national des forêts, Office national de la chasse et de la faune sauvage, Conseil supérieur de la pêche, Parc nationaux, Conservatoire du littoral). Fortement déterminées par cet *a priori*, nullement partagé par les sociétés anglo-saxonnes, nos mentalités peuvent être heurtées par d'autres pratiques. Cependant, les besoins des établissements ou associations au service de la nature sont de plus en plus importants. Dans ces conditions, peut-on se passer du mécénat? «La marge de progrès est aujourd'hui aux mains des entreprises qui ont à la fois les hommes et les moyens financiers, explique Dominique Legrain, lequel s'est vu confier une mission d'étude sur le sujet par Nelly Olin, ministre en charge de l'Environnement. Il faut donc pousser le monde de l'entreprise, encore trop souvent consommateur de ressources naturelles sans contrepartie, à devenir un acteur de premier plan pour la défense de l'environnement.» Toutefois, ce point de vue ouvre une autre question de fond: l'investissement des entreprises ne va-t-il pas inciter l'État à se désinvestir? Le mécénat aurait alors un effet contre-productif.

Des perspectives

Si le partenariat «nature» est très généreux lorsqu'il s'agit de la planète (Jean-Louis Etienne, Francis Hallé, Nicolas Hulot), il est plus timide lorsqu'il touche aux espaces naturels. En effet, les gestionnaires de sites

JUN 2006. LE PROJET FORESTOUR (FORÊT RÉSEAU TOURISME EN RÉGION ALPES-CÔTE D'AZUR) VISE À FAIRE PARRAINER LA PLANTATION D'ARBRES PAR DES TOURISTES AFIN DE COMPENSER LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE LIÉES À LEURS DÉPLACEMENTS. DES COUPONS SONT MIS À DISPOSITION DU PUBLIC AU PRIX DE 20 EUROS DANS LES SUPERMARCHÉS, HÔTELS, STATIONS-SERVICE... LEUR ACHAT FINANCE LA PLANTATION D'UN ARBRE. SUR LE PLAN SCIENTIFIQUE, IL S'AGIT DE CRÉER DES ZONES FORESTIÈRES DENSES À MÊME DE SÉQUESTRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE. LE PROJET VEUT AUSSI RELANCER LA FILIÈRE BOIS-ÉNERGIE. L'INITIATIVE EST CONÇUE AVEC LES TECHNICIENS DU CENTRE RÉGIONAL DE LA PROPRIÉTÉ FORESTIÈRE, PUIS APPROFONDIE PAR DES SPÉCIALISTES DE L'INRA ET DE L'ONF. 15 000 EUROS ONT ÉTÉ ACCORDÉS PAR LA FONDATION VÉOLIA ENVIRONNEMENT.

n'ont ni l'aura des grands explorateurs ni la tradition de frapper aux portes pour récolter des fonds. Et tous les sites ne se «valent» pas du point de vue de l'image de marque: comme le château de Versailles trouve plus facilement des sponsors que les petites églises corréziennes, les «Grands sites de France» ont plus d'atouts dans leur jeu que les espaces naturels qu'aucun label de prestige n'a valorisés. Alors, quelles perspectives? Plusieurs choses semblent importantes à retenir. Tout d'abord, comme l'évoque Dominique Legrain, le fait que les entreprises ont des stratégies définies à l'égard du mécénat. «Elles peuvent [d'ailleurs] être porteuses de projets de mécénat, sans que l'on ait à leur proposer quoi que ce soit. Ce fut le cas de la fondation Gaz de France qui a spontanément proposé son soutien au projet de réhabilitation de la pointe du Raz et qui s'est aussi investie dans la restauration des sentiers de France avec la Fédération française de randonnée pédestre.» Il convient donc de connaître ces stratégies et d'inscrire ses projets dans l'une d'elle. Par ailleurs, les gestionnaires ont sans doute intérêt à construire un partenariat de long terme. Journaliste au *Monde*, Roger Cans, explique qu'«aujourd'hui, les méfiances se dissipent. Les protecteurs ont compris qu'il ne suffisait pas de tendre sa sébile aux industriels pour qu'ils donnent de l'argent, afin de se refaire une virginité. Il faut les impliquer dans un programme d'action pluriannuel afin que l'entreprise et tout son personnel participent activement à la gestion d'un espace ou à des opérations en faveur de l'environnement». Ceci afin de faire entrer la préoccupation environnementale au sein même de l'entreprise. Et puis, la troisième clé d'un mécénat possible (et réussi), c'est admettre que chacun des partenaires a quelque chose à apprendre. Les chefs d'entreprise savent d'ailleurs qu'un partenariat avec un protecteur de la nature n'est pas seulement l'occasion de se faire une image verte. Le mécénat est également un échange de savoir-faire. Cette interpénétration de deux cultures, celle de l'entreprise et celle de l'environnement, est un des résultats essentiels du mécénat bien conduit.

«Ce qu'il faut, c'est faire rêver le mécène, a dit un participant. Les espaces naturels protégés peuvent offrir ce rêve.» ■

NICOLAS GÉRARDIN
 PARC NATIONAL DE PORT-CROS

La ministre de l'Écologie expertise le mécénat

Dominique Legrain, inspecteur général de l'Environnement, s'est vu confier par Nelly Olin, une mission d'évaluation et d'expertise du mécénat d'entreprise au profit des politiques en faveur de l'écologie et du développement durable. Un rapport d'étape a été remis à la ministre, fin décembre 2006. La remise du rapport définitif est prévue au mois de mai de cette année. L'auteur observe qu'il faut, de toute évidence, que le ministère affiche plus clairement son intérêt pour le rapprochement entre le monde de l'entreprise et le monde de l'environnement. Il s'agit, à son avis, d'un véritable enjeu de société et d'une opportunité majeure pour la protection de l'environnement. ■

>>> **Mél: dominique.legrain@ecologie.gouv.fr**

En savoir plus

Agence régionale pour l'environnement
 Mél: b.cosson@arpe-paca.org

«Non. C'est la perte des valeurs du bien commun».



La parole à

Claude Dautrey

RESPONSABLE DU SERVICE
ACCUEIL COMMUNICATION AU
PARC NATIONAL DES ÉCRINS.

>>> Mél:

claude.dautrey@espaces-naturels.fr

J'ai eu à mettre en œuvre, partiellement, des actions de mécénat avec IBM, ICI Sopra, Fondation Total... Ces timides initiatives ont toujours fait débat.

Elles touchent, en effet, aux fondements des Parcs nationaux, au caractère inaliénable des espaces naturels protégés et aux valeurs immatérielles que sont l'espace, le calme, l'air pur, le silence, la beauté, l'harmonie. L'espace protégé induit la reconnaissance d'un enjeu supérieur et le respect d'un ensemble de règles, à commencer par l'appellation de Parc national qui ne peut être utilisée à des fins publicitaires, commerciales ou marchandes.

En engageant un mécénat, on entre en contradiction avec ces principes, on écorne l'inaliénabilité des patrimoines et des valeurs d'un Parc national. Peu importe les précautions, engagements ou cahiers des charges que l'on s'imposera mutuellement. Engager les terres et mers protégées dans un mécénat les réinvestit dans des logiques classiques d'aménagement, d'urbanisation, d'industrialisation, de contrainte économique desquelles on les avait exclues.

Bien sûr, l'action bénéficiant d'un mécénat ne représente pas tout le Parc. Mais que penser du mariage d'image? À l'heure de la mondialisation, quel groupe, quelle société peut garantir les valeurs qui animent semblable projet? Ne vaut-il pas mieux moins faire, accepter de ne pas faire ou faire autrement, plutôt que de s'engager dans une relation qui ne peut qu'être aventureuse et qui peut devenir la règle?

Le livre sur les Parcs nationaux aux éditions Gallimard, avec l'appui financier de la fondation Total, montre bien ce qui se joue. Éditer un ouvrage, sous l'égide de

la fondation Total, c'est engager l'éthique de chaque Parc, de chaque salarié, et la valeur symbolique que porte tout citoyen aux Parcs nationaux. On fait un livre avec un éditeur-diffuseur si l'on en a les moyens; sinon on ne le fait pas.

Ainsi, par exemple, les films pédagogiques réalisés avec ICI Sopra sont de bons documentaires, primés pour leur valeur pédagogique. Cependant, des questions légitimes placeraient enseignants et agents des Parcs dans l'embarras quant aux enjeux généraux exprimés dans ces films et que ICI Sopra ne contribue pas forcément à résoudre.

Si le partenariat avec les acteurs du territoire n'est pas si facile, il affirme pourtant une réciprocité d'intérêts autour d'un enjeu précis. Mais le désintéressement du mécénat est exorbitant. En n'attendant rien, le mécénat prend tout, c'est-à-dire les fondamentaux des Parcs. Des partenaires traitent d'égal à égal. Un mécène offre son protectorat financier de manière «désintéressée».

Pour avoir participé à la mise en œuvre des mécénats, je me suis très souvent senti désigné par mes collègues comme celui qui ne respectait plus la règle de l'inaliénabilité des valeurs du patrimoine classé, quand ils en demeuraient les garants. Grave fracture qui peut conduire à l'éclatement.

Aujourd'hui, devant les pressions multiples auxquelles nous sommes confrontés, la seule attitude tenable est celle du respect des règles: pas d'artificialisation, pas de banalisation; «total respect» pourrait-on dire avec un brin d'humour et pour ne pas paraître tout à fait hors du temps. ■



La parole à

Christian Desplat

DÉLÉGUÉ RÉGIONAL PACA DU CONSERVATOIRE DU LITTORAL.

«Oui. À condition de nouer une relation de confiance».

Depuis quinze ans, j'ai eu la chance de pouvoir travailler avec une vingtaine de mécènes pour réaliser divers projets de protection et gestion d'espaces naturels, ainsi qu'avec une poignée de personnalités fortunées désireuses de contribuer à la réalisation des projets du Conservatoire du littoral.

De ces expériences fructueuses et diversifiées, qui ont permis de financer, totalement ou partiellement, nombre d'opérations pour un montant cumulé d'environ trois millions d'euros, j'ai pu tirer quelques enseignements qui peuvent avoir valeur de conseils pour les gestionnaires d'espaces naturels à la recherche de financements privés dans la perspective de réaliser certains de leurs projets:

- être inventif, être en mesure de proposer plusieurs projets séduisants, novateurs, porteurs de valeurs ou de rêves à partager avec ses futurs partenaires...;
- être opportuniste, dans le bon sens du terme, c'est-à-dire savoir saisir les opportunités, les occasions de rencontres, être curieux, à l'affût...

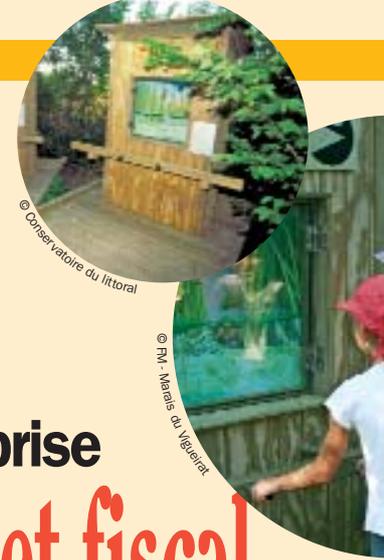
- être réactif, disposer de dossiers prêts, solides, modulables, adaptables en fonction des souhaits et des possibilités des futurs partenaires. Ne pas attendre des mois pour réagir, fournir des informations, organiser une visite, apporter des éléments techniques ou financiers...;

- être attentif à son interlocuteur, privilégier le contact, la relation personnelle, s'intéresser à son entreprise, à ses projets, car le mécénat est avant tout une affaire de relation humaine;

- savoir consacrer un peu de temps, d'argent, d'énergie pour espérer récolter les fruits de son engagement.

Ainsi, paradoxalement, la recherche de mécènes se joue davantage sur le registre de «l'être» plutôt que de «l'avoir», car un bon partenariat est toujours fondé sur la relation de confiance entre deux personnes, même si celles-ci agissent au nom de leurs institutions. ■

>>> Mél: paca@conservatoire-du-littoral.fr



La loi Aillagon du 1^{er} août 2003 régit le mécénat. Parmi les avantages pour les entreprises : une réduction d'impôt de 60 %, à certaines conditions...

Le mécénat d'entreprise Cadre juridique et fiscal

Le mécénat d'entreprise obéit à des règles juridiques et fiscales strictes, définies pour l'essentiel par la loi du 1^{er} août 2003 (détaillées dans le *Bulletin officiel des impôts* 4 C-5-04). Retenons tout d'abord que le mécénat d'entreprise est un soutien matériel en faveur d'activités d'intérêt général. L'entreprise, personne morale, agit donc dans un autre objectif que celui de sa propre exploitation.

► **LES BÉNÉFICIAIRES.** Les bénéficiaires doivent être obligatoirement des représentants de l'intérêt général. La notion d'intérêt général implique certains secteurs d'intervention, comme l'environnement, mais également les notions de gestion désintéressée, d'activités non lucratives et d'utilité sociale. Ces critères sont explicités par le *Bulletin officiel des impôts* 4 H-5-06. Tout organisme peut avoir confirmation de son éligibilité au mécénat en s'adressant au centre des impôts dont il dépend (procédure explicitée par le *Bulletin officiel des impôts* 13 L-5-04).

Attention, le bénéficiaire doit remettre un reçu de dons aux œuvres (fiche Cerfa 11 580*02) à l'entreprise pour que celle-ci puisse bénéficier des avantages fiscaux propres au mécénat. Le bénéficiaire engage donc sa responsabilité quant au fait d'être éligible au mécénat, d'où l'importance de s'assurer que c'est bien le cas.

► **LES CONTREPARTIES POSSIBLES POUR L'ENTREPRISE.** Pour que l'action reste qualifiée en mécénat, des contreparties pour l'entreprise sont possibles, mais elles doivent être disproportionnées et indirectes. La disproportion est prouvée quand la valorisation d'éventuelles prestations fournies par l'organisme (visites privées, mise à disposition d'espaces de réception...) est

inférieure à 25 % du montant donné par l'organisme. Par exemple, une entreprise qui donnerait cent euros à un organisme pour une animation pédagogique, ne pourrait recevoir en contrepartie plus de vingt-cinq euros en valeur de billets d'entrée mis à sa disposition. Par ailleurs, il est toléré que le nom de l'entreprise soit associé aux actions soutenues. Néanmoins, dans ce cas, elle doit se limiter à la simple mention du nom du donateur, quels que soient le support et la forme, à l'exception de tout message publicitaire.

► LES DIFFÉRENTES FORMES DU MÉCÉNAT.

- Mécénat financier : il peut s'agir de cotisations, de subventions, d'apports en numéraire.
- Mécénat en nature : le versement peut consister en la remise d'un bien immobilisé, de marchandises en stock, en l'exécution de prestations de services, en la mise à disposition de moyens matériels, personnels ou techniques (aussi appelé mécénat de compétences).

► **LA GESTION DU MÉCÉNAT.** Le mécénat peut-être géré en régie directe ou indirecte. Dans le premier cas, le mécénat de l'entreprise est géré en interne par un service mécénat ou un autre département de l'entreprise. *A contrario*, en régie indirecte, l'entreprise mécène crée une structure juridique indépendante pour gérer son mécénat, cette structure intermédiaire prend la forme d'une fondation, d'une association ou d'un club d'entreprises.

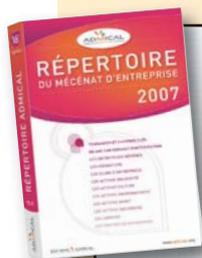
► **LES INCITATIONS FISCALES AU MÉCÉNAT.** Depuis la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, les dons effectués par les entreprises leur ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % du montant donné, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires hors taxe de l'entreprise. ■

FICHE RÉALISÉE PAR ADMICAL

À PARTIR DE 1997, LA FONDATION PROCTER & GAMBLE A SOUTENU PENDANT QUATRE ANS LE PROJET D'OUVERTURE AU PUBLIC DES MARAIS DU VIGUEIRAT, PROPRIÉTÉ DU CONSERVATOIRE DU LITTORAL EN CAMARGUE. LA FONDATION CIBLE ICI PARTICULIÈREMENT LES ENFANTS, AVEC LA RÉALISATION D'UN SENTIER LUDO-PÉDAGOGIQUE : LE « SENTIER DES CABANES ». L'OBJECTIF DE CE SENTIER EST DE DÉVELOPPER L'OBSERVATION, SUSCITER L'INTÉRÊT, PROVOQUER LE QUESTIONNEMENT CHEZ L'ENFANT QUI EST AMENÉ À UTILISER TOUS SES SENS. DEPUIS SON OUVERTURE LE 15 JUIN 2000, SON SUCCÈS VA SANS CESSER CROISSANT. DURANT CETTE MÊME PÉRIODE, LA FONDATION PROCTER & GAMBLE A FINANCÉ LES OPÉRATIONS D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT AUX MARAIS DU VIGUEIRAT. CE SOUTIEN A PERMIS DE CRÉER DES POSTES D'ÉDUCATEURS POUR ACCUEILLIR ET GUIDER DES ENFANTS SUR LE TERRAIN (ENVIRON 3 000 SCOLAIRES PAR AN). LA FONDATION PROCTER & GAMBLE EST PARTENAIRE DU CONSERVATOIRE DU LITTORAL DEPUIS 1992.

En savoir plus

www.admical.org



Répertoire du mécénat d'entreprise

« C'est l'outil de travail de tous les acteurs du mécénat d'entreprise » explique Admical, éditeur de cette 16^e édition. Effectivement, l'ouvrage (600 pages quand même !) est conçu pour permettre la rencontre des mécènes et des porteurs de projet. Dans ses quatorze chapitres, on trouve notamment les tendances et bilans commentés du mécénat ; la liste d'entreprises mécènes (leurs coordonnées bien sûr, mais également les grandes lignes de leur politique de mécénat). Des actions par domaines d'intervention (solidarité, culture, environnement, sport, recherche) sont également développées ainsi que tous les outils indispensables à l'ensemble des acteurs du mécénat. À savoir par exemple, les centres de ressources en France et à l'étranger, les formations, une bibliographie. Cette bible coûte soixante-quinze euros. On peut la commander sur le site d'Admical (cf. En savoir plus). L'édition 2007 vient de paraître. ■



© Marais du Vigueirat

Les niches du mécénat vert

« L'environnement, c'est un mécénat de niches » estime David Sève, directeur de la fondation Nature et découvertes... De fait, les niches sont nombreuses et on peut se demander qui sont aujourd'hui les grands mécènes de l'environnement. Il y a d'abord ceux dont les métiers sont en cohérence avec les grands éléments, l'eau, l'air, la terre, le feu et l'énergie par exemple. Mais aussi ceux qui ressentent la nécessité de compenser les conséquences de leur activité industrielle par un geste en faveur de la planète.

Trois grandes voies d'accès mènent au mécénat vert. La première, la plus large, qui bénéficie des deux tiers des actions, est celle de l'éducation : soutien d'associations, formation et information, interventions scolaires, elle passe aussi par les actions de proximité et fait souvent bon ménage avec des actions de solidarité. Quelques exemples : Gaz de France soutient des initiatives d'insertion par l'environnement, comme « La ferme de Brécourt » qui accueille des jeunes en rupture sociale ou familiale dans le Parc du Vexin, ou « En passant par la montagne » qui emmène en haute montagne des jeunes exclus ou handicapés. Plus visible, l'action de Nature et découvertes, une grosse PME qui emploie 1 000 salariés et qui s'est donné mission, à travers sa fondation, de soutenir financièrement les associations de protection des espèces et des milieux. La fondation reçoit chaque année 10 % des bénéfices de l'entreprise. Soit, pour 2005, un budget de 600 000 euros. Depuis onze ans, elle a financé près de 600 projets, elle est aussi partenaire de quelques grands militants de l'écologie, comme la Ligue pour la protection des oiseaux, le WWF, les clubs Connaître et protéger la nature, l'association Saumon ou SOS Loire vivante.

Deuxième voie d'engagement pour la planète, la préservation des sites naturels. La mer vient largement en tête avec 15 % des investissements. Le Conservatoire du littoral rafle la mise avec ses grands partenaires. Vedettes incontestées du mécénat marin, le pétrolier Total dans la biodiversité marine, le groupe Banque populaire avec un programme de préservation et de rénovation du patrimoine maritime et aquatique, et surtout le géant des lessives, Procter & Gamble, engagé dès 1992 avec le Conservatoire. Une fidélité qui se traduit par le financement d'études, de travaux de doctorat, de vingt-quatre ateliers avec publication de cahiers scientifiques, de deux atlas et la réalisation d'un site internet. Enfin, pour les néophytes, un circuit ludo-pédagogique en Camargue, le « sentier des cabanes ».

Côté terrestre, les investissements vont du micro-local tels les soutiens de la fondation Crédit Agricole-Pays de France sur le patrimoine bâti ou non bâti (rénovation d'un canal ou d'un Parc), à la mise en valeur de grands sites nationaux comme la pointe du Raz par la fondation Gaz de France, par ailleurs partenaire de la Fédération française de randonnée pédestre et grand aménageur de jardins. Enfin, les déchets, bête noire de l'écologie, peuvent eux aussi bénéficier d'encouragements financiers, comme ceux d'Onyx, d'Altis Semi conductor et Leclerc, ou plus récemment de SFR, pour la récupération des téléphones portables usagés.

Troisième terrain d'intervention, la protection des espèces. On y retrouve tout naturellement, Nature et découvertes, Procter & Gamble, Yves Rocher, mais aussi les Autoroutes du Sud, sensibles à l'avenir de la tortue d'Hermann, la seule tortue terrestre de France, Bayer France défenseur du guépard ou Patagonia des oiseaux migrateurs.

Toutes actions confondues, les principaux intervenants du mécénat vert sont les industriels de la distribution qui totalisent 40 % des investissements, loin devant les stars habituelles du mécénat culturel ou solidaire, les banquiers. ■

CLAUDE TÉZENAS DU MONTCEL, MARTHE DE LA TAILLE RIVERO - ADMICAL

Dans sa revue *Entreprises & mécénat* n° 113 de janvier 2007, Admical a publié un article, « Les niches du mécénat vert », qui approfondit le sujet. Le lecteur s'y reportera utilement.

Admical, carrefour du mécénat d'entreprise

Favoriser le développement du mécénat d'entreprise, telle est la vocation d'Admical qui accompagne les entreprises dans leur politique de mécénat sur l'ensemble du territoire français et à l'international. Longue histoire puisque l'association, fondée en 1979 et présidée par Jacques Rigaud, est à l'origine du mécénat d'entreprise en France. Elle est reconnue d'utilité publique depuis 1992. Très concrètement son rôle est triple :

- **Représenter et soutenir les entreprises mécènes.** Porte-parole des entreprises mécènes, Admical représente et défend leurs intérêts communs auprès des pouvoirs publics, des médias et des instances internationales. L'association contribue à l'amélioration du cadre juridique et fiscal du mécénat (la loi du 1^{er} août 2003 – voir article p. 12 –, inspirée par les propositions d'Admical, constitue une véritable avancée pour le mécénat en France). Pour cela, Admical s'appuie sur un réseau de correspondants et intervient chaque année dans de nombreux colloques en France comme à l'étranger.

- **Créer et animer un réseau d'échange d'expériences.** Admical s'adresse aux acteurs du mécénat : dirigeants d'entreprises ou de fondations d'entreprises, institutions, collectivités territoriales, journalistes, associations, enseignants, étudiants... Les manifestations organisées par Admical (assises internationales, concours des Oscars, conférences thématiques...) offrent l'opportunité de rencontres régulières pour confronter expériences et pratiques, faire progresser la réflexion et approfondir un thème d'actualité en y associant des experts et des témoins engagés.

- **Former et accompagner les acteurs du mécénat.** Le développement du mécénat passe par la mise à disposition d'informations et l'offre de formations spécifiques. Admical met donc à disposition un centre de ressources et un centre de formation. Le centre de ressources vise à mieux informer l'ensemble des acteurs. Des ouvrages de référence et études sont ainsi publiés. Un site internet constitue également une mine d'informations (cf. En savoir plus). Le centre de formation professionnel mobilise ses compétences pour concevoir des modules sur mesure adaptés aux objectifs des publics d'entreprises, de collectivités territoriales d'associations. « La recherche de fonds » est une session parmi d'autres. ■



La gestion d'espaces naturels fait appel à nombreuses compétences. Ainsi, au-delà du cœur de métier tourné vers des problématiques écologiques, les gestionnaires butent très souvent sur des domaines d'expertise absents de leurs ressources internes. Le Parc national de Port-Cros a sollicité des mécènes afin qu'ils mettent leur compétence technique à disposition.



>>> Parc national de Port-Cros

Les mécènes peuvent être experts

Le premier contact avec la Screg, entreprise de travaux publics du groupe Colas, s'est fait à l'occasion de l'organisation d'une régata annuelle à Porquerolles. Au-delà de l'événement nautique, l'idée d'un partenariat entre les structures est venue spontanément pour résoudre des questions techniques posées au sein du territoire. En effet, le Parc assure l'entretien de la quasi-totalité du réseau de pistes et sentiers de l'île de Porquerolles. Mais à la périphérie du village, certaines de ces voies, non stabilisées, souffrent d'une fréquentation intense par des véhicules, et pâtissent également de l'érosion occasionnée par les pluies. L'été, la poussière soulevée par les véhicules incommode riverains et visiteurs.

Les responsables de la société mécène ont alors accepté un pari difficile.

En effet, outre le fait que la technique de traitement des pistes doit être écologiquement conforme, le traitement doit s'interroger sur l'apport d'agrégats calcaires exogènes dans un environnement siliceux; les liants doivent être chimiquement neutres, la colorimétrie garantir une bonne intégration paysagère, la tenue dans le temps doit être satisfaisante et la mise en œuvre doit, techniquement et économiquement, être supportable dans une île.

Les techniciens de l'entreprise se sont déplacés sur le site, ils ont réuni échantillons, levés topographiques, photographiques, granulométriques. Ils sont en pleine réflexion – vous avez dit partenariat d'expertise?

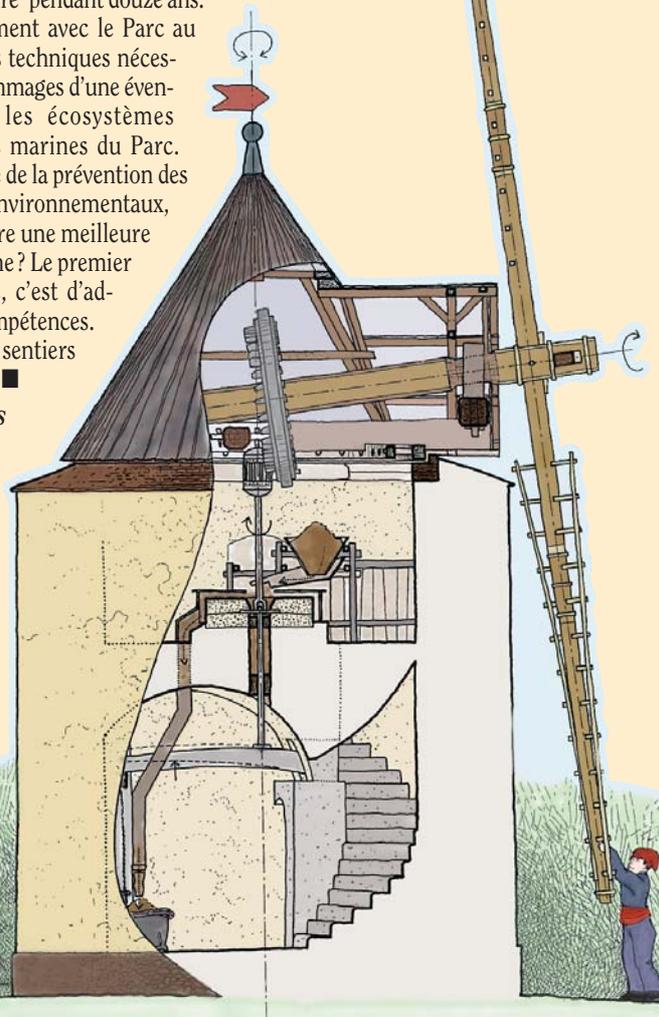
D'autres expériences ont été menées selon la même logique telle la restauration d'un ancien moulin à vent qui domine le village de Porquerolles et dont la maîtrise d'ouvrage est assurée par le Parc. Ce projet est par ailleurs soutenu par la compagnie de transport maritime TLV-TVM qui assure gratuitement le passage des matériaux nécessaires aux travaux.

Un spécialiste autodidacte des moulins provençaux, M. Ribis, animateur d'une association locale, a, par son enthousiasme, contribué à faire émerger le projet et, par son expertise, à confirmer sa faisabilité. Par ailleurs au-delà du projet de restauration lui-même, il assurera une formation bénévole pour l'équipe chargée de la conduite du moulin. La mise en fonctionnement, dans les conditions d'une météorologie fluctuante telle que celle de l'île de Porquerolles suppose une très bonne maîtrise et la coordination d'une équipe qui peut compter jusqu'à six personnes quand elle est constituée de néophytes. Un moulin se gère comme un voilier, avec le sens de l'anticipation et une attention permanente. Meunier tu dors... ton moulin va trop fort...

Voilà quinze ans aussi que le Parc et la fondation Total pour la biodiversité et la mer travaillent en partenariat. À plusieurs reprises, celui-ci a pris la forme d'un partenariat d'expertise. Un ingénieur hydraulicien, détaché par le groupe, a largement participé à la rédaction du cahier des charges pour l'installation de la pompe de relevage des eaux des salins d'Hyères. Outre les contraintes de hauteur et de débit qui devaient permettre une évacuation des eaux excédentaires, ce dispositif devait assurer le retour vers la mer de toute l'ichtyo-faune associée à l'étang des Pesquiers. Puissances motrices, sécurités, tenue des matériaux, fiabilité, spécifications techniques, coûts, cette contribution technique a été – pour une large part – garante du succès de l'opération. Dernier en date des partenariats d'expertise, le Parc national de Port-Cros sera doté en 2007 d'un plan d'intervention en cas de pollution par hydrocarbure localisée dans les eaux du Parc. Ce plan sera réalisé gracieusement par Bernard Tramier, le responsable de la fondation et par ailleurs président du Cedre¹ pendant douze ans. Celui-ci travaille également avec le Parc au choix des moyens et des techniques nécessaires pour éviter les dommages d'une éventuelle pollution sur les écosystèmes littoraux et les espèces marines du Parc. S'adjoindre le spécialiste de la prévention des risques industriels et environnementaux, le Parc pouvait-il attendre une meilleure expertise dans ce domaine? Le premier pas vers la compétence, c'est d'admettre ses propres incompétences. Cherchons-les, hors des sentiers battus, là où elles sont! ■

JEAN-BAPTISTE MILCAMP
PARC NATIONAL DE PORT-CROS

VUE DU MOULIN
DU BONHEUR
(PORQUEROLLES).



1. Centre de documentation, de recherche et d'expérimentation sur les pollutions accidentelles des eaux.

>>> Mél:
jean-baptiste.milcamps
@espaces-naturels.fr





>>> La Tour du Valat (fondation Sansouire)

Quand l'œuvre d'un mécène se tourne vers d'autres mécènes



LE PARTENARIAT ENTRE LA SOCIÉTÉ LYONDELL (FOS-SUR-MER) ET LA TOUR DU VALAT A SENSIBILISÉ LES SALARIÉS AUX ESPACES NATURELS. SUR LA BASE DU VOLONTARIAT, ILS RÉPONDENT PRÉSENTS LORS DE CERTAINES OPÉRATIONS : (1) REMISE EN ÉTAT DE LA FORÊT DOMANIALE DE CASTILLON SINISTRÉE PAR UN INCENDIE (LES VOLONTAIRES LYONDELL REMONTENT UNE RESTANQUE); (2) ARRACHAGE DES TAMARIS QUI MENAÇAIENT LA ROSELIÈRE DANS LE MARAIS DU VERDIER; (3) AMÉNAGEMENT D'UN SENTIER DE

DÉCOUVERTE SUR LA COLLINE DE FOS.



1. La Tour du Valat a pour mission de stopper la perte des zones humides méditerranéennes et de leurs ressources naturelles, les restaurer et promouvoir leur utilisation rationnelle.

>>> **Mél:**
jalbert@tourduvalat.org
Site web: www.tourduvalat.org

La Tour du Valat fait figure d'Ovni dans le paysage de la recherche et de la conservation de la nature en France. Établie il y a plus de cinquante ans par Luc Hoffmann, naturaliste, scientifique visionnaire et mécène, cette fondation privée est dotée d'une mission d'intérêt général¹. C'est à la fois un centre de recherche, un espace protégé de grande valeur patrimoniale mais aussi un pôle d'expertise et de ressource pour le renforcement des capacités de gestion des espaces naturels en Méditerranée.

UNE NÉCESSITÉ : DIVERSIFIER LES FINANCEMENTS. Au départ essentiellement financé par une dotation de Luc Hoffmann, le budget de la Tour du Valat a pu, peu à peu, être abondé par des fonds institutionnels acquis dans le cadre de projets menés au bénéfice des zones humides, en France comme dans le bassin méditerranéen. Et puis, au début des années 2000, changement de donne. La forte réduction des revenus de la dotation, liée à la crise boursière, exige de repenser totalement l'organisation de la fondation et son plan de financement. Aujourd'hui, la Tour du Valat, c'est une équipe d'une soixantaine de salariés et un budget d'environ 4 millions d'euros dont seulement un peu plus de 20 % proviennent de la dotation initiale. Les partenariats – jusque-là concentrés dans la sphère scientifique et technique – doivent s'élargir. La mission d'intérêt général doit recevoir le soutien de la puissance publique, mais également de la sphère privée. Côté pouvoirs publics, malgré la reconnaissance de l'utilité des travaux pour alimenter les politiques publiques, le support reste timide et... essentiellement moral. Côté privé, en revanche, les choses bougent.

UNE VOLONTÉ : CRÉER DES PASSERELLES ENTRE ENVIRONNEMENT ET MONDE DE L'ENTREPRISE. De par son histoire et donc sa culture, la Tour du Valat a toujours été convaincue que, dans un monde dirigé par une économie à la croissance galopante qui fait peser sur la nature une menace sans cesse croissante, une alliance objective s'impose entre la sphère de la protection de l'environnement et celle de l'entreprise. De ce fait, il n'y a pas au sein de la fondation de réel « fossé idéologique », de diabolisation du monde de l'entreprise.

Ce type de position impose en revanche, d'avoir une exigence éthique : ni caution « verte » d'activités préjudiciables au développement durable de la société, ni chevalier blanc pourfendeur des méchants industriels. Notre credo réside dans le bénéfice mutuel de l'interpénétration des cultures, celle de l'entreprise et celle de l'espace protégé. Cela demande des efforts constants de

pédagogie en interne. Il est en effet très facile pour nous, gestionnaires d'espaces protégés, de se draper dans la vertu et la noblesse de notre mission et de dénigrer les approches affairistes et polluantes de groupes industriels. Pourtant, tout vertueux que nous sommes, notre quotidien n'est-il pas fait des produits de ces groupes ? Parallèlement, les entreprises évoluent ; beaucoup ont aujourd'hui un réel engagement citoyen, au-delà d'un simple affichage. Le contexte réglementaire et fiscal encourage le mécénat d'entreprise.

Les temps semblent donc propices à ce que cette communauté d'intérêt s'exprime. À nous de faire en sorte que l'environnement – parent pauvre du mécénat, comparé à la culture ou à la santé – ne fasse plus peur aux mécènes. À nous d'aider les industriels à assumer leur responsabilité environnementale et non plus seulement les fustiger au moindre faux pas.

Dans le cas précis de la fondation, la question prend un tour particulier puisqu'étant déjà l'œuvre d'un mécène, on pouvait craindre que la Tour du Valat ne souffre de ce défaut rédhibitoire aux yeux de mécènes potentiels. Défaut auquel s'ajoute une visibilité très réduite de l'action de la Tour du Valat – et donc de leurs mécènes – vis-à-vis du grand public. L'expérience semble montrer que ce n'est pas un obstacle. Les partenariats se nouent sur la pertinence de l'action au regard des stratégies de chaque partenaire et sur la volonté des hommes ; le mécénat existant ne s'oppose pas par principe aux nouveaux mécénats.

UNE EXIGENCE DE PROFESSIONNALISME. Concrètement, nous avons engagé un partenariat de proximité avec le groupe chimique Lyondell, dont une filiale est établie aux portes de la Camargue à quelques encablures de la Tour du Valat. Soutien au programme de recherche sur les flamants roses, participation des salariés de Lyondell à des activités de gestion des espaces naturels de la Tour du Valat. Un partenariat plus ambitieux est en train de s'élaborer avec la fondation Total, portant sur divers programmes dans des dimensions d'innovation et de transfert. D'autres pistes sont en cours, focalisées sur la connaissance et la conservation d'espèces emblématiques (flamant rose, pélican...) ou sur la synthèse et la publication de données susceptibles d'orienter l'action publique.

Il est trop tôt pour tirer un bilan, pour toucher les limites de ces actions. Mais d'ores et déjà, une chose est sûre : toutes ces démarches de partenariat, qu'elles aboutissent ou non, présentent pour nous le bénéfice d'un regard extérieur qui nous oblige à nous questionner sur la pertinence et l'impact de notre action, et exige de notre part un vrai professionnalisme. ■

JEAN JALBERT
DIRECTEUR DE LA STATION BIOLOGIQUE DE LA TOUR DU VALAT



Dieu ou démon ?

De l'argent en échange d'une virginité nouvelle pour les entreprises polluées ? Le mécénat ne se limite pas à l'outil financier auquel on voudrait le réduire. Il existe des formes de mécénat plus subtiles, plus élaborées, souvent plus efficaces, qui concrétisent l'engagement réciproque des partenaires autour d'un même projet. Apport d'expertise, de conseil, de services, de technologies, de savoir-faire. Dons en nature, cessions gratuites d'espaces naturels ou de matériel de haute technologie, travaux de réhabilitation de sites classés, mise à disposition de chercheurs, de techniciens, de jeunes professionnels. Nombreux sont les exemples où le mécénat a permis d'apporter, non pas directement de l'argent, mais des outils, des solutions avec une souplesse que ne peuvent avoir les acteurs publics. Rappelons que les technologies développées lors de l'opération « Radeau des cimes » soutenue par Elf et Rhône-Poulenc, ont permis d'étudier la canopée. Même si, à l'époque, à la fin des années 1980, l'opération engagée par Francis Hall, professeur de botanique tropicale à l'université de Montpellier, a choqué la communauté scientifique de France.

Les hésitations, voire les résistances, sont légitimes : comme les scientifiques avant eux, les protecteurs de la nature refusent de « se vendre au diable » pour qu'il se rachète une vertu. Ainsi, les promoteurs du Parc régional marin de la Côte bleue ont-ils refusé le partenariat de la fondation Total, dont l'usine de la Mède, toute proche, a pollué à plusieurs reprises l'environnement. À l'inverse, lorsqu'un groupe envisage de signer une convention avec un gestionnaire d'espace naturel ou une association de protection de la nature, ses dirigeants prennent le risque d'être contestés par l'un ou l'autre de ses actionnaires.

Il faut aussi savoir sortir des clichés. Le mécénat n'est pas l'apanage des grands groupes : 50 % du mécénat environnemental est financé par de petites et moyennes entreprises. Pour les gestionnaires, c'est un outil complémentaire des fonds publics, permettant de porter des projets novateurs irréalisables sans ces apports, mais aussi de sensibiliser les entreprises à l'environnement. Alors, plutôt qu'une compromission, pourquoi ne pas envisager le mécénat comme un échange, une rencontre de deux cultures ? Rencontre de deux univers trop souvent opposés, le public et le privé ; rencontre entre les logiques du profit économique et de l'intérêt général. De ces échanges naît forcément un processus d'évolution. Sans compter que l'action sociale va souvent de pair avec l'action environnementale, comme on le voit dans les opérations d'entretien de rivière ou de reboisement après incendie. Le partenariat pour la nature se multiplie, au bénéfice de la société pour un développement durable. Les entreprises et les protecteurs de la nature se laissent de plus en plus séduire sans pour autant perdre de leur éthique : près d'un tiers des espaces naturels protégés ont aujourd'hui souscrit des accords de partenariat. ■

MAURICETTE STEINFELDER
DIREN LANGUEDOC-ROUSSILLON

>>> **Mél:** mauricette.steinfelder
@languedoc-roussillon.ecologie.gouv.fr

>>> Réserves naturelles de France

Le mécénat comme levier de management

« **A**ussi surprenant que cela puisse paraître, le partenariat que nous entretenons, depuis quinze années maintenant, avec la fondation EDF joue, en quelque sorte, un rôle d'outil de management en direction des Réserves naturelles locales. Il est vrai que nous œuvrons dans un contexte particulier : Réserves naturelles de France (RNF) contracte directement avec le mécène mais ce sont les Réserves locales qui bénéficient des financements¹. Chaque Réserve peut ainsi proposer un projet. Après avoir pris l'avis des délégations régionales d'EDF et du conseil d'administration de RNF, les deux partenaires se rencontrent et décident, ensemble, des projets aidés. Ainsi présenté, on pourrait penser qu'RNF n'est qu'une courroie de transmission et que cette organisation permet juste aux Réserves locales de profiter de fonds qu'elles n'atteindraient peut-être pas seules. En réalité, les choses sont plus complexes. Car la sélection des projets s'effectue en fonction de critères décidés par les deux partenaires. C'est là que le mécénat devient un outil de management du réseau.

Nous conventionnons pour trois ans autour d'un thème précis. En ce moment par exemple, nous appuyons les projets visant à améliorer l'accueil des publics et notamment des publics handicapés. C'est là, pour nous, une manière d'orienter les projets des Réserves. En effet, la possibilité d'obtenir une aide pousse certains gestionnaires à intégrer la thématique ciblée dans leur projet. Et ceci d'autant plus qu'ils prennent connaissance d'autres projets réussis, réalisés dans d'autres Réserves naturelles. Très concrètement, cela se décline autour de réalisations telles la mise en place d'un sentier ou l'édition d'une plaquette...

Le choix de telles orientations est loin d'être une évidence. Les mécènes préfèrent souvent financer quelques projets importants, beaucoup plus lisibles en matière de communication qu'une somme de petits projets. Pour convaincre la fondation EDF, RNF a joué la carte du réseau national. Une affichage diffusé sur l'ensemble du territoire permet de toucher plus de monde. Mais les choses ne sont pas acquises pour toujours. Il faudra certainement convaincre, encore, pour défendre ce parti pris. Un autre constat intéressant est l'effet de levier créé par le soutien de notre partenariat : le mécénat permet au gestionnaire d'apporter une part de financements privés suffisante pour accéder aux aides publiques. Mais cet effet va parfois plus loin : le fait qu'EDF, grande entreprise nationale, accepte de participer au financement, crédibilise le projet et son porteur aux yeux des partenaires publics locaux. Rarement évoqué, cet aspect donne un autre regard sur le fait que le mécène utilise l'image des espaces naturels.

Ceci dit, une question peut se poser : celle de l'éventuelle dépendance au mécène. Différents critères permettent de s'en prémunir. Le financement s'inscrit toujours dans le cadre d'un projet ponctuel (limité à 36 mois au maximum) et dans la limite de plafonds d'aides précis (en termes de montant et de taux d'aide). Par ailleurs, la part de fonctionnement prise en compte dans le montage d'un projet est soigneusement examinée : le partenariat ne doit pas financer des missions ordinaires de la Réserve (la garderie par exemple), lesquelles doivent être pris en charge par l'autorité de classement. Il n'est pas envisageable, non plus, que le projet ait pour objectif principal d'assurer le maintien de postes. Cela dit, la vigilance s'impose. Imaginons que, demain, nous choissions les suivis scientifiques pour thème de convention de partenariat. On ne pourrait pas reprocher aux gestionnaires de conduire des études en interne. Cela reviendrait alors à financer l'emploi. Comme quoi, un risque existe... » ■

OLIVIER LEMAÎTRE - RÉSERVES NATURELLES DE FRANCE

>>> **Mél:** olivier.lemaitre-rnf@espaces-naturels.fr

1. Cela vaut pour les deux tiers du fonds de ce mécénat (152 500 euros par an), l'autre tiers étant consacré à des projets nationaux et à la gestion du partenariat.

LA FONDATION NATURE ET DÉCOUVERTES SOUTIEN LA LPO, NOTAMMENT POUR LA RÉINTRODUCTION DES VOUTOURS MOINES DANS LES GORGES DU VERDON, AVEC UNE DOTATION DE 15 000 EUROS EN 2004.



© Fabrice Cahiez - LPO



© ONF Co

PHOTOS 2 & 3 • MISSION PANGLAO 2004, PHILIPPINES. À GAUCHE, DES PLONGEURS REMONTENT DES PRÉLEVEMENTS DE NUDIBRANCHES À L'AIDE D'UN PARACHUTE. CI-CONTRE, UNE SCIENTIFIQUE ÉTUDE L'ÉVOLUTION DU CORAIL SUR LE RÉCIF DE MOOREA (POLYNÉSIE FRANÇAISE). ACTIONS SOUTENUES PAR LA FONDATION TOTAL.

© Claude Rives - Enimages

« Les personnels du groupe Total doivent pouvoir être fiers de leur entreprise »



Rencontre
avec

**Bernard
Tramier**

DÉLÉGUÉ
DE LA
FONDATION
TOTAL POUR LA
BIODIVERSITÉ
ET LA MER.

La fondation Total intervient dans le domaine environnemental. Vous conviendrez que l'on peut s'interroger sur votre intérêt à agir. Pourquoi l'environnement ? Certains affirment que c'est une manière de redorer votre blason ; d'autres parlent de s'acheter une conscience...

C'est une question très pertinente. Si nous raisonnions en termes de retour sur image, il serait plus sage de s'adonner au mécénat culturel. Il y a sans doute moins de risques, et plus de reconnaissance, de la part de la société tout entière. La fondation existe depuis 1992 et le mécénat environnemental a pour nous un sens profond car nous avons des métiers qui peuvent interférer avec l'environnement.

Quel retour attendez-vous de ce mécénat ?

Nous nous sommes orientés vers ce type de mécénat dès 1992 et sur la demande, très fortement exprimée, de notre personnel. L'impact sur l'environnement de nos activités est une préoccupation du groupe et nos salariés ont une forte sensibilité dans ce domaine. C'est pourquoi, par ce mécénat, nous visons principalement un retour interne. D'ailleurs, une partie du budget de la fondation est consacrée à des projets environnementaux qui nous arrivent d'un employé, d'une filiale ou d'une usine du groupe. D'une certaine manière, on peut dire qu'un des enjeux du mécénat est de développer la culture d'entreprise dans ce domaine. C'est pour cette raison aussi que nous organisons des rencontres entre les personnels et des scientifiques et que nous nourrissons un site intranet très consulté.

Comment choisissez-vous vos partenaires ?

Nous nous attachons particulièrement à leur notoriété scientifique. Sur ce plan, les programmes que nous soutenons doivent être irréprochables. Par ailleurs, nous voulons travailler sur le long terme et nouer des relations de confiance. Aujourd'hui, nos deux partenaires principaux sont le Parc national de Port-Cros et le Conservatoire du littoral avec lesquels nous avons des programmes pluriannuels depuis douze

et quinze ans. Le Parc et le Conservatoire accordent des conditions privilégiées aux employés du groupe qui viennent visiter leurs installations. Ils accueillent également sur leurs sites des réunions d'actionnaires ou des séminaires. Le mécénat est un échange, ce n'est pas seulement un chèque.

Il s'agit d'un échange de culture ?

Tout à fait. Nous apprenons beaucoup au contact des gestionnaires d'espaces naturels. Nous avons appris à connaître et à comprendre la cohérence d'une culture qui, *a priori*, n'est pas la nôtre. De leur côté, nos partenaires disent apprécier les rencontres que nous organisons sur leur site. Ils aiment connaître nos préoccupations, voire nos réactions. Cette mixité des cultures s'avère très positive. Nous prenons conscience que le monde ne se limite pas à la vie économique telle que nous la connaissons. De leur côté, nos partenaires se rendent compte que pour mener à bien des projets, il faut présenter des dossiers de façon professionnelle et structurée car dans le cadre d'un partenariat, l'approche est différente de celle d'une demande de subventions.

Certains disent que cet échange peut avoir des effets pervers et générer une dépendance à votre égard...

Nous travaillons toujours sur des projets précis, sans nous immiscer dans l'organisation des structures de nos partenaires. Nous apportons nos compétences, nos finances, un réseau d'experts, un réseau international... Cette année, par exemple, nous avons mis en relation le Parc national de Port-Cros et des gestionnaires sur l'île Maurice et prochainement en Guadeloupe. Le Parc de Port-Cros ira sans doute là-bas, pour conduire une expertise. Cependant, il reste encore du travail pour convaincre les gestionnaires d'espaces naturels qu'ils peuvent engager un partenariat avec des industriels sans perdre leur liberté d'actions. ■

RECUEILLI PAR MOUNE POLI

>>> Mél: bernard.tramier@total.com

PHOTO 1 • EN 2004, UN MÉCÉNAT DU RÉSEAU TOTAL CORSE A PERMIS AUX COMMUNES FORESTIÈRES DE GHISONI, MURACCIOLE ET VIVARIU DE METTRE EN ŒUVRE PLUS DE 700 000 EUROS DE TRAVAUX DE RECONSTITUTION DU MASSIF FORESTIER TOUCHÉ PAR LE GRAND INCENDIE DE 2000. LA MAÎTRISE D'ŒUVRE A ÉTÉ ASSURÉE PAR L'ONF. CE PARTENARIAT PERDURE ENCORE SOUS FORME D'ACTIONS DE PRÉVENTION DES INCENDIES.



« Professionnaliser les espaces naturels pour être à la hauteur du partenaire mécène »

Depuis quinze ans, le Conservatoire du littoral a acquis une longue pratique du mécénat. Pourtant, aujourd'hui, vous dites qu'il est temps de se professionnaliser. Pourquoi changer ? Pourquoi maintenant ?

Le Conservatoire a acquis un savoir-faire relatif à la mise en place et à la conduite de projets de mécénat. Nous avons d'ailleurs des mécènes très fidèles. Mais nous devons introduire de la rigueur dans notre manière de faire. Tout d'abord parce que nos mécènes évoluent. Ils s'améliorent. Les entreprises répondent de manière de plus en plus performante et évaluent leurs résultats. Les agences de notation, par exemple, prennent en compte les politiques de développement durable des entreprises. Leur niveau de responsabilité sociale est évalué selon des critères sociaux et environnementaux. Les entreprises veulent donc être irréprochables dans leur manière de conduire le mécénat et nous sommes donc obligés, nous aussi, de nous professionnaliser. D'autant que le mécénat est amené à se développer. Notre tutelle, l'État, nous a fait un appel assez explicite : nous devons diversifier les moyens de financement.

Qu'y a-t-il sous le terme « se professionnaliser » ?

Le mécénat nous engage. Il faut donc clarifier notre philosophie vis-à-vis des mécènes et des projets que



Rencontre
avec

**Anne
Konitz**

**CHEF DU SERVICE
COMMUNICATION
AU
CONSERVATOIRE
DU LITTORAL.**

En savoir plus

www.conservatoire-du-littoral.fr

nous portons avec eux. Nous devons être très rigoureux, et en mesure d'évaluer nos programmes. Récemment, lors d'un contrôle de la Cour des comptes, certaines questions très précises ont porté sur le mécénat. Demain, les sommes seront peut-être plus importantes encore, nous ne pouvons pas nous contenter d'empirisme. Il est important, par exemple, que nous ayons des modèles performants de convention.

Vous élaborez une charte du mécénat...

Elle clarifie les engagements respectifs des deux partenaires et précise les ingrédients nécessaires à un partenariat réussi : durée, fidélité, échange, confiance, dialogue, respect mutuel. Elle établit surtout les engagements du Conservatoire en matière de réalisation des projets, des contreparties éventuelles négociées, afin que la reconnaissance due aux mécènes soit respectée. En d'autres termes, elle oblige le Conservatoire à ne plus voir les mécènes comme des carnets de chèque mais comme des partenaires.

Et puis, à partir du moment où un partenaire a eu connaissance de cette charte, il la valide de fait. Ce texte traduira donc une réciprocité d'engagement. La charte est aussi un cadre, en interne, pour une discussion autour de l'acceptation du mécénat. Elle devrait être prête au printemps.

Parmi les autres outils que vous mettez en place dans le but d'une professionnalisation, il y a la constitution d'un comité de mécénat. À quoi cela correspond-t-il ?

Nous l'imaginons comme un « conseil des sages » qui se réunira deux ou trois fois par an et dont l'objet sera d'apporter sa validation aux nouvelles propositions de partenariat ainsi qu'aux projets s'inscrivant dans les programmations.

Ce comité doit comprendre des agents du Conservatoire, intéressés ou non au mécénat ; et des représentants du monde de l'entreprise. Par exemple des personnes ayant eu en charge les dossiers mécénat mais désormais extérieurs, on peut les imaginer à la retraite. Nous attendons qu'ils nous aident à percevoir les exigences du monde de l'entreprise. Nous faire savoir et réaliser, par exemple, que les fondations ont des comptes à rendre aux actionnaires. Nos mécènes nous aiment bien, souvent même ils ont de l'affection à notre égard, mais je sais que par moments, ils peuvent nous trouver assez peu professionnels. Nous devons pouvoir corriger cela et suivre une règle de conduite bien arrêtée. J'attends que ce comité nous oblige à respecter nos engagements afin que nous renvoyions l'image du sérieux et du suivi. Cette question du professionnalisme est déterminante. Il faut être à la hauteur de nos partenaires. Pour cela, nous devons définir nos règles et nous les imposer. ■

RECUEILLI PAR MOUNE POLI

Comment je m'y prends ?

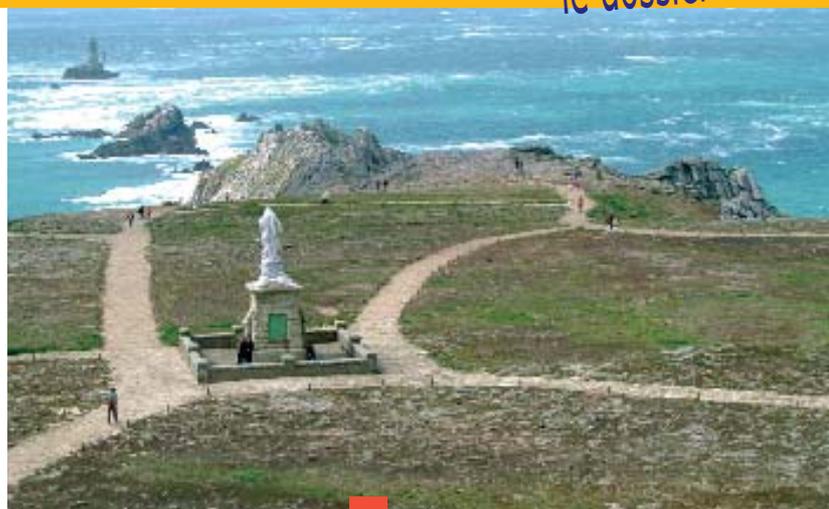
Pour que cela dure...

Le mécénat repose avant tout sur des hommes. Il faut donc faire en sorte que ce partenariat soit porté par des personnes bien identifiées, toujours les mêmes. Ce lien, en effet, conditionne la confiance, la connivence et le respect ; autant de choses déterminantes pour que le mécénat s'inscrive dans la durée. Pour maintenir la relation, il convient aussi de rendre compte régulièrement. Il est important que le mécène accompagne l'évolution du projet et sa mise en œuvre. Cela peut sembler simple, pourtant, contraints par le manque de temps, les gestionnaires ont tendance à ne pas donner assez d'importance à ces rencontres.

Elles permettent aussi de réorienter les projets et de trouver des idées nouvelles qui vont prolonger le partenariat. À Port-Cros par exemple, le cheminement avec la fondation Total a conduit à trouver – toujours – de nouveaux projets. Les premiers ont porté sur la conservation des végétaux puis sur la lutte contre les espèces envahissantes, sur la production de palmiers *in vitro* et, aujourd'hui, sur la conservation de la biodiversité marine littorale. L'évolution fait partie des conditions de la réussite. Souvent, cette évolution repose sur un souci d'excellence du partenaire qui est aussi à la recherche de projets d'avant-garde. Ainsi, après avoir travaillé sur la *Caulerpa taxifolia*, la fondation Total a exprimé le désir de soutenir des projets dépassant l'entretien du Parc. Le mécène cherche généralement de nouveaux champs d'intervention susceptibles d'augmenter sa notoriété.

Concrètement, il convient d'adopter un calendrier de rencontres régulières avec, pour ordre du jour, une évaluation des actions entreprises et une réflexion sur des idées nouvelles. Car les gestionnaires doivent aussi faire l'effort d'une séduction, c'est-à-dire présenter les actions qu'ils défendent de manière à accrocher le mécène. Celui-ci choisira les projets qui portent une originalité, ou une ambition qui dépasse l'existant. Le mécénat nous condamne au dynamisme. ■

Nicolas Gérardin - Parc national de Port-Cros



© Syndicat mixte pointe du Raz - Grand site de France®

La convention du succès

Certes, le mécénat est basé sur la confiance et le respect mutuel, mais il se concrétise dans une convention signée entre les partenaires. Les articles à ne pas manquer...

Un partenariat réussi, c'est avant tout une rencontre autour de valeurs partagées et d'un bénéfice mutuel. Une fois cette base assurée et l'accord sur les éléments clés du partenariat établi, il convient de le formaliser dans une convention de mécénat. Signée entre l'organisme bénéficiaire et la fondation ou l'entreprise mécène, elle est le plus souvent proposée par le mécène. Elle s'articule généralement en trois grandes parties : le préambule, la description précise des engagements des deux parties qui constitue le cœur de la convention, et les dispositions juridiques diverses des contrats.

Les objectifs fondamentaux des parties figurent généralement dans le préambule. On y trouvera l'expression des grands desseins de mécénat de l'entreprise telles « la préservation et la valorisation du patrimoine naturel et culturel et de la qualité du cadre de vie » ainsi que la façon dont l'action parrainée s'y inscrit.

Parallèlement, le bénéficiaire du mécénat rappellera ce pour quoi il agit : « réhabilitation, protection du paysage et organisation d'un tourisme durable respectueux de l'environnement » par exemple. La rédaction d'un préambule est un bon moyen de vérifier que l'on a bien conservé le fil conducteur de son action au cours de la recherche et de la négociation du partenariat. En effet, il est essentiel que les projets que développe le bénéficiaire du mécénat restent en accord avec ses priorités et que celles-ci ne s'altèrent pas au gré des aléas de sa recherche de partenaires.

Puis vient la description du projet soutenu. Par exemple, la réhabilitation et le balisage des chemins de randonnée de Sainte-Victoire ont fait l'objet d'une convention de mécénat avec la fondation Gaz de France. Les droits et les engagements des parties doivent ensuite être clairement et précisément définis afin d'éviter tout risque de malentendus au cours de la réalisation du projet. Il s'agit du montant total mais aussi de l'échéancier des versements et des documents à fournir (rapport d'étape) pour les déclencher.

Inversement, les obligations du bénéficiaire, par exemple en matière de communication autour du projet, doivent être clairement établies et en relation avec le soutien accordé (apposition du logo du mécène sur les brochures relatives au projet, citation dans le dossier de presse...). C'est ce qui permet au mécène d'avoir l'assurance que les retombées d'image qu'il escompte auront bien lieu et au porteur de projet de définir leurs limites dans leur étendue et dans le temps. Ainsi la mention du partenariat peut être indiquée sur les supports de communication de l'action spécifiquement soutenue ou s'étendre à toute la communication institutionnelle du bénéficiaire.

Pour le reste, il n'existe pas de contrat type de mécénat mais certaines clauses paraissent indispensables : définition des cocontractants surtout si le mécène est un groupe ; durée du contrat ; régime fiscal applicable ; exclusivité ou non du mécénat ; clause de résiliation en cas de manquement ou de disparition d'un des cocontractants ; clauses de règlement des litiges, d'attribution de juridiction.

Mais la vraie clé du succès va au-delà des aspects contractuels. Le mécénat ne prend tout son sens que lorsqu'il est appréhendé comme un partenariat à long terme fondé sur la confiance entre des femmes et des hommes qui partagent leurs rêves pour leur donner vie. Cela implique bien sûr de tenir ses engagements contractuels, de rendre compte des résultats (souvent les conventions prévoient un rapport d'évaluation) mais aussi de mettre en place une communication régulière et transparente. La vraie richesse du mécénat, celle qui fait que l'on peut compter l'un sur l'autre, vient au fil des ans avec beaucoup d'attention et de respect mutuels. ■

SOLINE ARCHAMBAULT
RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE

>>> **Mél :**
solinearchambault@grandsitedefrance.com

LA POINTE DU RAZ AVANT... ET APRÈS !



© Syndicat mixte pointe du Raz - Grand site de France®

HERBES RASES, TERRE DÉNUDÉE... EN 1992, LA POINTE DU RAZ ÉTAIT VICTIME DE LA SURFRÉQUENTATION TOURISTIQUE. ENGAGÉE AU CÔTÉ DU SYNDICAT MIXTE DE LA POINTE DU RAZ ET DU CAP SIZUN, LA FONDATION GAZ DE FRANCE A SOUTENU UN VASTE PROGRAMME DE RÉHABILITATION DU SITE QUI A DURÉ CINQ ANS. SA CONTRIBUTION S'EST ÉLEVÉE À CINQ MILLIONS DE FRANCS (PLUS DE 762 000 EUROS). LE MÉCÉNAT DE LA FONDATION NE S'EST PAS LIMITÉ À CETTE CONVENTION. EN 1998, ELLE A VERSÉ UNE PARTICIPATION DE 235 000 FRANCS (PRÈS DE 36 000 EUROS) POUR L'ACQUISITION D'UN BUS FONCTIONNANT AU GAZ NATUREL. AUJOURD'HUI, CETTE NAVETTE TRANSPORTE GRATUITEMENT LES PERSONNES ÂGÉES, LES FAMILLES AVEC DE JEUNES ENFANTS, ET LES PERSONNES HANDICAPÉES JUSQU'AU CŒUR DU SITE. LA FONDATION GAZ DE FRANCE EST PARTENAIRE DU RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE.