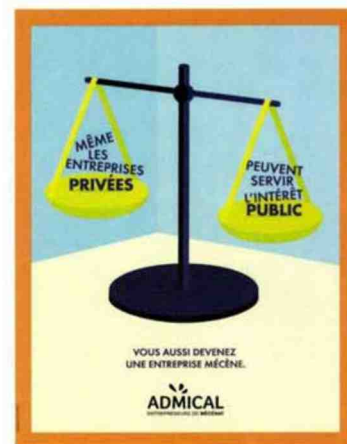


initiatives

Le Tour de France du mécénat, nouvel enjeu d'Admical

Le président de l'association souhaite aller à la rencontre des chefs d'entreprise à travers une tournée en vingt-deux étapes dans l'Hexagone, pour trouver 3 000 nouveaux mécènes d'ici à fin 2018.

Campagne
d'affichage
d'Admical ©DR.



« Le mécénat de proximité, c'est un pilier de notre plan de développement », souligne François Debiesse, président d'Admical, l'association de promotion du mécénat. « En septembre, nous avons mené une campagne de communication grand public dans le métro et sur le web ; en octobre nous avons organisé la première édition de Mécènes Forum au Collège de France pour échanger sur son impact sociétal avec

les six cents participants présents ; en décembre nous lançons notre Tour de France du mécénat qui commence par Reims », poursuit-il. La « tournée » qui s'achèvera en novembre 2018, passera par toutes les métropoles régionales : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes, Orléans, Rennes, Strasbourg, Toulouse...

Cette initiative vient du constat suivant : 86 % des entreprises ne pratiquent pas encore le mé-

cénat. Parmi elles, essentiellement des petites et moyennes. « Nous aurons un événement tous les deux mois. Dans chaque ville étape, nous recherchons un ambassadeur bénévole, un chef d'entreprise déjà très engagé, bien introduit dans les réseaux patronaux et dans la cité, chargé de nous aider à sensibiliser ses pairs au sujet », poursuit François Debiesse. L'idée est de développer le désir du mécénat de la part des entreprises mais aussi du grand public,

d'entreprises locales (chambre de commerce et d'industrie, Medef, Confédération générale des petites et moyennes entreprises...) autour d'un petit déjeuner, d'une conférence, ou d'un afterwork, pouvant être accompagnés par une journée ou demi-journée de formation. Il s'agit de faire témoigner un mécène sur son expérience concrète. « Nous travaillons aujourd'hui à renforcer notre réseau d'ambassadeurs dans les treize grandes régions », précise le président exécutif. Ce Tour de France sera aussi l'occasion de rappeler les principes éthiques du mécénat à travers la charte établie par Admical que les participants seront conviés à signer. Un point majeur auquel François Debiesse tient, afin de garantir la crédibilité de l'engagement. Le mécénat s'est beaucoup professionnalisé ces dernières années, mais une piqûre de rappel est toujours nécessaire auprès des nouveaux entrants. Dans cette démarche de grand tour, l'Admical a trouvé ses propres mécènes, avec le soutien financier et l'aide à l'organisation de la Fondation Groupe ADP, l'affiche créée par l'agence de publicité BETC, la campagne d'affichage soutenue par JCDecaux et la Fondation Groupe RATP.

Martine Robert

À droite
François Debiesse
©DR.

Ci-dessous
Mécènes Forum
au Collège de
France, octobre
2016 ©JEAN
JACQUES BERNARD.



“ Nous irons toucher les entrepreneurs là où ils se trouvent ”



de la presse à travers un partenariat avec un média local, des pouvoirs publics.

À travers vingt-deux étapes et une à deux villes visitées par région, l'objectif d'Admical est de comptabiliser 3 000 entreprises mécènes supplémentaires en 2018. « Nous irons toucher les entrepreneurs là où ils se trouvent et nous aiderons ceux déjà mécènes à aller plus loin », commente le patron de l'association. Chaque étape se greffera à un événement organisé par un groupement