

**STRASBOURG** Rapprocher l'entreprise et le monde culturel

Vous avez dit mécénat ?

Comment l'entreprise peut-elle s'engager dans des actions d'intérêt général auprès d'acteurs culturels, mais aussi sociaux ou environnementaux ? Pistes.

Comment les entreprises peuvent-elles soutenir les acteurs culturels, mais aussi sociaux ou environnementaux ? Une réponse à cette question a été apportée mardi au Théâtre national de Strasbourg (TNS) qui a accueilli en ses murs les organisateurs du tour de France des mécènes (ADMICAL).

« J'ai appris à connaître la nécessité et la beauté du mécénat », a expliqué le directeur du TNS Stanislas Nordey, qui, afin de promouvoir une plus grande diversité sur les plateaux de théâtre et de lutter contre les discriminations sur les scènes françaises, a lancé en 2014 un programme d'ateliers d'acteurs 1^{er} Acte, soutenu par les Fondations Edmond-de-Rothschild et la Fondation SNCF. « Il y a deux ou trois ans », a-t-il souligné, ce type de partenariat n'était pas « dans la culture du théâtre, les aînés m'avaient amené à me méfier de l'entreprise ».

« Le mécénat sert l'intérêt général »

À Strasbourg, dans les locaux du TNS, l'ADMICAL a donc présenté son action aux entrepreneurs locaux et donné la parole à des représentants de sociétés ou de collectivités locales qui sont déjà engagées dans ce type de partenariat, pas uniquement dans le secteur culturel, mais aussi social ou environnemental.

Le premier adjoint de la ville de Strasbourg Alain Fontanel a, lui, donné en exemple l'apport du mécénat entrepreneurial pour la célébration du millénaire de la cathédrale, l'opération Fidelio de



François Debiesse, président exécutif d'ADMICAL. PHOTO DNA - MICHEL FRISON

diversification du public de l'Opéra ou encore les soutiens ponctuels de mécènes pour des expositions dans les musées de la Ville.

L'ADMICAL, association de mécènes, a été lancée en 1979 par Jacques Rigaud qui, après avoir fait un voyage aux États-Unis, y a découvert la philanthropie, à cette époque inexistante en France. Il a créé l'ADMICAL à son retour pour lancer le mécénat dans l'Hexagone, a expliqué François Debiesse, président exécutif d'Admical. Peu après Mitterrand arrivait au pouvoir et Jack Lang fut en charge du ministère de la Culture. « Les grandes entreprises, explique-t-il, ont alors compris l'intérêt de montrer à la face du monde qu'en plus du souci économique, elles pouvaient mener pour la société des opérations d'intérêt général ». Ce fut le

début de la création de fondations par de grandes entreprises. Mais le mécénat, poursuit le président d'ADMICAL, doit obéir à une double règle : « Être une action désintéressée, d'intérêt général ». Cela n'a rien à voir avec du sponsoring qui est lui commercial. Durant toutes ces années, l'ADMICAL a œuvré pour développer le mécénat entrepreneurial en incitant « les pouvoirs publics à donner un cadre favorable juridique et fiscal » et pour « attirer les entreprises vers le mécénat ». Une loi de 2003, a précisé M. Debiesse, a ainsi délimité les contours fiscaux et fixé comme règle que les avantages fiscaux soient inférieurs aux dons octroyés : « Le mécénat sert donc l'intérêt général », « sans que cela soit commercial. Aujourd'hui, a-t-il poursuivi, il faut « faire perdurer le cadre fis-

cal pour sécuriser le mécénat ». Il faut aussi continuer de sensibiliser les entreprises à cette démarche de mécénat, explique-t-il en substance. En 2016, 14 % d'entreprises de plus d'un salarié pratiquaient le mécénat en France. Il reste donc une large marge de manœuvre pour développer cette implication entrepreneuriale citoyenne. Il faut aussi faire entière lumière sur ce processus, alors que certains reproches ont visé des actions de mécénat qui, parfois, pouvaient cacher des non-respects de règles environnementales. Actuellement, 81 % des actions de mécénat, précise encore l'ADMICAL, se font localement et régionalement. ■

CHRISTINE ZIMMER

► Renseignements auprès de mbaudin@admical.org