
Compte Rendu

Echange de bonnes pratiques Crise sanitaire

#7

Réunion du Jeudi 9 juillet 2020 - Julie

Participants :

- Laura Exposito, Responsable mécénat chez Bordeaux Métropole
- Fanny Fournier, Responsable du service mécénat et développement pour l'Opéra de Bordeaux
- Olivia Féré, Déléguée générale de la fondation Club Identicar
- Fabienne Segala, Déléguée régionale Admical, Nouvelle Aquitaine
- François Schmitt, Délégué régional, Admical, Grand Est
- Delphine Valette, Déléguée régionale, Admical, Grand Sud
- Katia Tudisco, Déléguée régionale, Admical, Hauts-de-France
- Julie Bourdel, Responsable développement & événements, Admical
- Marion Baudin, Responsable du développement régional et de la promotion du mécénat, Admical
- Diane Abel, Responsable éditorial et des études, Admical

NOUVELLE PROPOSITION POUR NOS ADHERENTS

Depuis le début de la crise, Admical vous propose des temps d'échanges d'une heure via visio-conférence sur les bonnes pratiques, les enjeux, les freins rencontrés. D'autres rendez-vous vous seront proposés régulièrement pour favoriser la circulation de l'information et la réflexion collective.

THEME : LES STRATEGIES DE MECENAT EN REGION

Bordeaux Métropole

- Retour de la part des mécènes : quelques désengagements des entreprises (certaines indiquaient qu'elles allaient renouveler leur soutien mais ne l'ont pas fait). Le champ de la culture et du patrimoine risque d'être impacté par la crise.
- Pendant la crise, la Métropole a gardé le lien avec les mécènes et a mis en place des actions de mécénat spécial covid : lancement de collectes participatives à destination des particuliers sur KissKissBankBank (pour l'achat de kit d'hygiène ou alimentaires). 4 communes ont lancé les collectes. Résultat : 600 donateurs, 40 000 euros collectés. Ont constaté un renouvellement important des donateurs avec beaucoup de nouveaux profils issus de la Métropole et avec un don moyen plus faible que la moyenne. Ont constaté également la présence de thématiques nouvelles. En temps normal, les collectes sont plutôt en lien avec la culture et le patrimoine. Les PME sont impactées par la crise. D'autres entreprises s'en sont bien sorties. La culture et le patrimoine ne sont plus dans les premières thématiques. D'autres thématiques ressortent davantage : la solidarité, le cadre vie, les circuits courts. Vont revoir leur stratégie de levée de fonds.
- Un 2^{ème} changement est survenu : politique avec l'élection de Pierre Hurmic à la Mairie de Bordeaux. La thématique de l'environnement va prendre plus de place. Il s'agit de faire de nouvelles propositions pour impliquer les mécènes et changer les modes de gouvernance. Jusqu'ici, la Métropole et les élus choisissaient les projets. L'objectif est d'aller vers une gouvernance partagée et davantage de concertation. Faire un bilan pour refaire des propositions. Les changements interviendront au second semestre.
- Le renouveau de la politique de mécénat se manifeste par de nouvelles formes de mécénat (groupement de commandes avec KissKissBankBank pour embarquer les collectivités). La crise a permis d'agir vite. Le mécénat des individus commence à prendre toute sa place dans les territoires. Souhaitent explorer d'autres pistes, se détacher d'un mécénat classique. Aller vers de l'inclusif.

- Se réjouissent que le Rapport philanthropie intègre les territoires avec notamment les fondations territoriales, le mécénat des fonctionnaires territoriaux. La Métropole souhaite aller dans ce sens pour développer les compétences, les contributions aux associations.
- Souhaitent également aller vers le financement des besoins de fonctionnement du monde associatif : vers la Venture Philanthropy.
- Intérêt des diagnostics des collectivités pour les politiques de mécénat des entreprises. La collectivité a une vision globale du territoire. La Métropole en a réalisé dans le domaine du social et des associations en indiquant les besoins à couvrir. Avec le changement politique, les diagnostics vont être refaits. Les priorités fixées sont des priorités politiques. Il y a un nouveau modèle à trouver : comment intégrer les entreprises aux processus décisionnels des élus et inversement ? Eviter l'ingérence pour préférer un rôle d'observateur.

Opéra de Bordeaux

- Les évolutions du mécénat suivent la tendance des évolutions politiques. Sentent qu'ils seront moins prioritaires face à d'autres projets. Il s'agit de revoir la façon de présenter les projets. Quelques entreprises ne sont plus sûres de renouveler leur soutien. Sont plus inquiets pour 2021 et 2022 que pour cette année. Les PME sont très fragilisées.
- Le mécénat des particuliers prend de l'ampleur (vivier : spectateurs et abonnés). La crise accélère les choses.
- Sur les 12 entreprises mécènes, 2 ou 3 attendent de voir comment la situation évolue avant de confirmer le renouvellement. La saison reprend en septembre. Une question : quelles seront les conditions de la reprise ?
- Peu de concurrence à Bordeaux car sont le seul établissement public dédié au spectacle vivant (contrairement à Paris où il y a de la concurrence entre l'Opéra de Paris, la Philharmonie de Paris et la Salle Pleyel, par exemple). A Bordeaux, chaque acteur de la culture possède son créneau, son identité.

Fondation Identicar

- La situation est très disparate d'une association à l'autre. La Fondation a appelé toutes les associations soutenues pour avoir leurs retours. Les garages solidaires en chômage partiel / d'autres associations d'aide à domicile dans des situations très difficiles (peur, manque de personnel, etc.).
- L'objectif de la Fondation est d'aider des associations de petite taille, plus fragiles économiquement. Les enveloppes n'ont pas bougé pendant la crise. L'entreprise est passée en chômage partiel pour une partie de l'équipe avec une reprise progressive depuis le 11 mai. Pas de crainte pour la survie de l'entreprise. Redirection du mécénat : subvention aux services à domicile.
- Un constat formulé avec d'autres fondations mécènes : la pertinence de subventionner du fonctionnement et pas que du projet. Chez beaucoup d'entreprises mécènes, la question a fait son chemin. Il est plus difficile d'afficher des impacts d'un soutien financier aux frais de fonctionnement mais certains besoins ont été criants pendant la crise comme le besoin en trésorerie.
- La Fondation espère ne pas donner que des chèques et collaborer avec les associations au-delà du mécénat financier.
- Souhaitent faire du mécénat collectif, voient l'intérêt de s'unir sur la thématique mais voient également les difficultés à mettre en place de telles initiatives. Souhaiteraient mettre en place un collectif de PME (avec les mêmes enjeux notamment en termes de tailles d'entreprises).

Nouvelle Aquitaine

- Bordeaux Mécènes Solidaires s'est beaucoup mobilisé pendant la crise. Une question : que va-t-il se passer après ? Un constat : le besoin de sens encore plus important qu'avant. Comment créer de la valeur sur le territoire ? Comment impliquer mes collaborateurs ? Comment agir ensemble ? Le mécénat de compétences a le vent en poupe.
- Quelques entreprises ne peuvent pas s'engager. D'autres sont heureuses de le faire malgré leurs difficultés financières : mon territoire a besoin de moi. TPE et PME cherchent à s'unir pour agir collectivement et porter des sujets ensemble.

Grand Est

- Les entreprises sont penchées sur leur carnet de commande et leur compte d'exploitation plus que sur leur politique de mécénat. Concernant le projet de création d'un club d'entreprises mécènes dans un parc d'innovation dédié aux sciences du vivant à Strasbourg, ils attendaient la participation active et le parrainage de la municipalité.
- Avec la Maison des associations, souhaitent faire des interventions et une permanence pour accompagner les associations à trouver des fonds.
- Il y a eu beaucoup de préoccupations dans le Grand Est du fait de la pandémie : le moral est très atteint. La crise n'a pas été un déclencheur de mécénat. Les entreprises sont d'abord inquiètes du maintien de l'emploi. Les déclarations de la chambre de commerce et de l'artisanat vont dans ce sens.

Grand Sud

- Pour le Var, les Alpes-Maritimes et Monaco, 50 % du PIB est apporté par le tourisme. La crise économique est dramatique, le chômage a augmenté. Il s'agit d'être à l'écoute des problématiques des entreprises, de rassurer, d'envisager des coopérations pour aider le territoire. Certains projets ont été mis en pause avec les élections. Envie de collectifs pour les projets de relance des territoires avec une vision à long terme pour provoquer l'intérêt et l'adhésion. L'environnement est parmi les grands sujets. Le mécénat des particuliers est très important.
- Espère que la relance sera en septembre. Quelques mécènes n'existent plus, beaucoup d'entreprises déposent le bilan.

Hauts-de-France

- Elan de générosité avec un élan de mécénat en nature notamment. Dons de tablettes par Boulanger pour pouvoir suivre des cours à distance (enfants pas équipés pour) par exemple. L'Opéra de Lille a mis à disposition des couturières pour faire des masques. Opération du Souffle du Nord avec Les masques en Nord (tous unis pour équiper nos soignants). Fort engagement individuel avec une hausse du mécénat des individus. Nouvelles thématiques : soutien aux hôpitaux, à l'écologie et au développement durable. Constate également que certaines PME et TPE sont en grande difficulté, ainsi que le secteur du tourisme et les structures culturelles.
- Certaines grandes entreprises souhaitent structurer davantage leur mécénat (financier ou en nature) et la relier à la politique de RSE en mettant le sens au cœur de leur approche.
- Pas de baisse de mécénat pour les grandes entreprises cette année, mais pour 2021 et 2022. Il s'agit de revoir la manière de faire du mécénat. Un enjeu : comment les fondations vont-elles travailler ensemble sur les thématiques du territoire ?
- Au-delà du mécénat : comment un restaurateur aide ses fournisseurs ? (Ex : distributions de caddies de légumes)

NEXT STEPS

- ➔ Admical : identifier les problématiques, mesurer l'impact de la crise sanitaire sur le secteur et proposer de nouveaux échanges de bonnes pratiques.
- ➔ Adhérents : nous faire remonter vos besoins et actions pour que nous puissions les valoriser/répertorier/vous apporter des solutions, diffuser le lien de la restitution ci-dessous à vos réseaux.
- ➔ Pistes de sujets : mécénat de compétences / mécénat en nature / mécénat collectif

RESSOURCES

Vous pouvez retrouver toutes les ressources de l'étude de l'impact de la crise sur l'engagement des mécènes ici :

<http://admical.org/contenu/etude-covid-19-premiers-impacts-sur-lengagement-des-mecenes>

Vous retrouverez les comptes-rendus de l'ensemble des VisioReso dans votre espace adhérent sur le site internet d'Admical. Si vous n'arrivez pas à y accéder, n'hésitez pas à revenir vers moi.

Réservez d'ores et déjà la date du mardi 24 novembre 2020 pour le Mécènes Forum au Collège de France ! La billetterie est en ligne ici : <https://www.mecenesforum.com/>