

DECIDEURS

Avril 2015

DECIDEURS

STRATEGIE FINANCE DROIT

www.magazine-decideurs.com

N°170/Avril 2015/20 €



Stratégie
Renaud Laplanche
révolutionne le prêt
outré-Atlantique
avec Lending Club



Finance
Marges
et mystères
de la **grande**
distribution



Politique
La relève
des moins
de 40 ans

**LEADERSHIP
INDIVIDUEL
vs
LEADERSHIP
COLLECTIF**

Avec les interviews de Carlos Tavares,
Philippe Crouzet, Claude Onesta, Michèle
Assouline, Alexandre Malsch, Ong Chih
Ching, Jean-Christophe Cambadélis,
Cédric Villani, Rachida Dati...



ENQUÊTE

Quand le mécénat se réinvente

Entretiens avec Marc Ladreit de Lacharrière, Francis Charhon...

QUAND LE MÉCÉNAT RÉINVENTE LA GÉNÉROSITÉ

« **L**ibérer l'initiative, c'est encourager et impliquer dans notre vie culturelle tous les acteurs de la société civile: particuliers, associations, fondations, entreprises. » Le 8 juillet 2002, Jacques Chirac présentait aux Français ses ambitions pour encourager le mécénat à la française au Palais-Royal. En 2003, sous l'impulsion de Jacques Rigault, alors président de l'Admical (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial), la loi « Aillagon » créait ainsi l'un des systèmes les plus incitatifs au monde. Celle-ci permet aux entreprises de réaliser un don en numéraire, en nature ou en compétence, à un organisme d'intérêt général, en contrepartie d'une réduction d'impôts. Depuis, le mécénat constitue le support privilégié de l'économie solidaire. En 2014, plus de 2,8 milliards de dons ont été réalisés par les 13 % d'entreprises françaises dotées d'un programme dédié. Sur la totalité, 77 % sont destinés aux structures privées et 23 % à des organismes publics. Au palais de Tokyo, par exemple, le mécénat représente un tiers de l'autofinancement de l'établissement, indique Julie Narbey, directrice générale, qui précise qu'« il est impossible de trouver tous les ans une telle somme sans parier sur la "fidélité" de ces partenaires ».



« En 2014, le @centrepompidou a levé 2,80 Me de #mécénat pour les acquisitions du musée, soit le double de la subvention de l'État »
Atain Sebbon

DE BELLES HISTOIRES

« Face à l'érosion des finances publiques, l'affaiblissement des partis politiques, des syndicats ou même de l'école, l'entreprise est devenue un lieu de structuration sociale », explique François Debieise, président délégué d'Admical. Pour s'emparer de ce nouveau rôle, les sociétés ne cessent d'innover et écrivent de belles histoires. Programmes de mécénat croisé mêlant social et humanitaire, ouvertures de 1500 musées d'entreprises, « produit partage »: les nouvelles formules se multiplient. En reversant dix centimes d'euros pour tout produit vendu, Procter & Gamble France a récemment mis en place une opération de produit partage en s'associant à la Fondation de France pour venir en aide aux familles victimes de mal-logement. Social, culture, éducation, santé, sport, environnement, recherche... les entreprises sont sur tous les chantiers, à l'image de la fondation BNP Paribas qui fait le choix de la pluridisciplinarité: « Nous accompagnons une vingtaine de compagnies de danse et de cirque, une centaine d'associations de proximité dans les banlieues, cinq projets de recherches environnementales sont en cours... », détaille Jean-Jacques Goron, son délégué général. Notre objectif est d'être un accélérateur de projets. »



LES GRANDS GAGNANTS DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE



Source: Baromètre Admical 2014

PHILANTHROPIE EN MUTATION

À travers les fonds de dotation ou le financement participatif, les outils émergent pour répondre aux exigences des « philanthropreneurs ». Le don mute en investissement. En Europe, les fondateurs des Ikea, Carlsberg, Bosch, Rolex ou encore Pierre Fabre ont fait le choix de transmettre tout ou partie du capital et des droits de vote de leur entreprise à une fondation. On compte aujourd'hui plus de 500 fondations actionnaires en Allemagne, 1 000 en Norvège et 1 300 au Danemark. Dans l'Hexagone, on mise sur les TPE/ PME pour allier innovation et maillage territorial de la générosité de proximité. Si elles représentent aujourd'hui 98 % des entreprises mécènes, entre 2012 et 2014, leur taux de mécénat a perdu dix points, passant de 31 % à 21 %. Pour enrayer la tendance, l'Admical propose d'établir une franchise fiscale de 10 000 euros pour l'ensemble des montants engagés au titre du mécénat, au-delà desquels s'appliquerait le plafond actuel de 0,5 %. Autre levier à exploiter : la philanthropie des particuliers. Aujourd'hui, 73 % des entrepreneurs sont mécènes à titre personnel selon le Baromètre de l'association. Et grâce au *crowdfunding*, l'altruisme culturel n'est plus la seule affaire des grandes fortunes. Tout le monde donne, le mécénat est emporté par la foule. Financement participatif, coopération État-entreprises, implication des salariés : c'est sur les réussites d'un mécénat aux multiples ressources que la rédaction braque le projecteur. François Debiesse en est convaincu : « Plus on parlera du mécénat et plus il progressera. »

Dossier coordonné par Alexandra Cauchard et réalisé par Julien Beauhaire, Camille Dricu, Aurélien Florin et Clémentine Verschave



FISCALITÉ



Impôt sur les sociétés :
60 % du montant du don est déductible, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires.



Impôt sur le revenu :
66 % du montant du don est déductible, dans la limite de 20 % du revenu imposable.

ISF :
75 % du montant du don est déductible. La réduction d'impôt ne pourra pas excéder 50 000 euros par an.

TÉMOIGNAGES

Le mécène

« Le monde associatif est un nouvel espace de citoyenneté, qui répond en partie à la perte de crédit de la parole publique. Ce sont, au total, des pistes nouvelles et originales pour changer de modèle, pour ne pas dire changer le monde ! Mais elles ont besoin d'être aidées. Alors oui, le recours à la philanthropie est une alternative à la crise ! »

Hugues Renon, directeur général de la fondation EDF

L'association

« Grâce à la récompense que nous avons reçue, nous allons pouvoir acquérir un autre camping-car et pouvoir embaucher une personne. C'est une avancée énorme qui nous encourage à développer nos actions sur le terrain. Il y a une vraie prise de conscience de l'utilité des services d'hygiène mobiles. Retrouver l'estime de soi aide à la réinsertion. C'est un grand pas pour se sortir de la rue. » Ranzika Faïd, présidente de Mobil' Douche, association qui permet aux sans-abri et aux mal-logés de prendre une douche dans un camping-car aménagé à cet

effet. Coup de Cœur des Trophées des associations organisé par la Fondation EDF, dans la catégorie lutte contre la précarité.



Le camping-car de Mobil' Douche

Page de gauche : Arnaud Burgot, Ulule ; Jean-Jacques Goron, Fondation BNP Paribas ; Fleur Pellerin ; Hugues Renon, Fondation EDF ; François Debiesse, Admical ; Julie Narbey, palais de Tokyo. Page de droite : Marc Ladreit de Lacharrière, fondation Culture et Diversité ; Brigitte Audy, Fondation Orange ; Francis Charron, Fondation de France.

Francis Charhon

directeur général, Fondation de France



« La philanthropie est naturelle dans le périmètre de l'entreprise »

Créée en 1969, la Fondation de France fait le trait d'union entre les donateurs, les mécènes et les acteurs de terrain. Elle accompagne aujourd'hui 745 fondations dans la gestion des dons. Francis Charhon est le porte-voix de l'institution.

Décideurs. Quel regard portez-vous sur la création de fondations d'entreprise en France ces dix dernières années ?

Francis Charhon. Le bilan est aujourd'hui très positif. La Fondation de France s'est battue pendant des années pour développer le mécénat dans l'hexagone. Nous encourageons dorénavant la montée de la philanthropie en veillant au maintien des dispositifs fiscaux mis en place et en développant la technicité de nos activités. Les 745 fondations abritées sous l'égide de la Fondation de France bénéficient de conseils juridiques et fiscaux pointus et d'un accompagnement personnalisé. La philanthropie est devenue un mouvement naturel qui tend à se poursuivre, un facteur de développement normal de l'entreprise.

Décideurs. Quels sont les intérêts pour un chef d'entreprise de s'engager dans la création d'une fondation ?

F. C. Il est de nos jours impossible pour une entreprise, aussi bien dans le cadre de la RSE que dans le cadre de son fonctionnement d'être en dehors de la société.

Aujourd'hui, l'ouverture d'une fondation peut se faire en moins de trois mois quelle que soit la taille de l'entreprise. Cet engagement permet d'investir la vie de quartier, d'améliorer le climat social et économique aux abords de l'entreprise. L'attractivité du territoire en ressort grandit, l'écosystème entrepreneurial s'amplifie et de nouvelles opportunités d'affaires peuvent même se créer. Ces actions ont un impact tout à fait significatif sur la qualité de vie des salariés qui se voient impliqués dans le projet. La création d'une fondation stimule la culture d'entreprise.

Décideurs. Une action de mécénat est-elle légitime pour servir la stratégie de communication de l'entreprise ?

F. C. Le mécénat s'inscrit dans une perspective long terme et ne peut relever exclusivement ni du marke-

ting ni d'un sujet de communication. Les dirigeants qui s'engagent dans un projet où marketing et mécénat se confondent ont peu de chance de réussir. Les salariés et le public s'aperçoivent rapidement que la volonté est stratégique avant d'être philanthropique, ce qui empêche le projet d'aboutir.

Vous voyez finalement assez peu de communication autour des fondations. Quand les entreprises créent leur(s) structure(s), elles le font souvent sous une entité juridique propre et détachée. Mais, bien que ce ne soit pas un outil de communication à part entière, le mécénat participe à la bonne réputation de l'entreprise. L'effet est indirect et le cercle vertueux.

Décideurs. Une entreprise peut-elle appliquer les modèles d'efficacité du domaine marchand au secteur non lucratif ?

F. C. Parce que les donateurs vous accordent leur confiance, il est impératif de veiller à ce que toute la mécanique de recherche et d'organisation du projet soit gérée de la façon la plus optimale.

Une fondation fonctionne selon le même modèle qu'une entreprise. Les

gens travaillent avec des objectifs selon des descriptions de postes, la structure repose sur des processus de comptabilité et s'appuie sur une politique de communication.

Quant au ROI sur les objectifs, ils sont évidemment plus compliqués à définir dans le domaine social. Sur ce point-là, on évolue. Nous demandons désormais aux associations des critères d'évaluation précis afin de mesurer l'aboutissement du projet. Grâce aux données numériques, les informations sont plus faciles à traiter. Il n'est plus possible de travailler sans comité, sans cartographie des risques ou sans plan stratégique du moyen au long terme, même dans les structures à but non lucratif. Grâce à cette professionnalisation, la frontière s'affine et la confiance s'accroît. ●

Propos recueillis par Clémentine Verschave

« La création d'une fondation stimule la culture d'entreprise »



Marc Ladreit de Lacharrière

président, Fimalac et Fondation Culture et Diversité

« Le mécénat permet d'étendre la culture au plus grand nombre »

Quarante-quatrième fortune française, président de Fimalac et nouveau propriétaire de la salle Pleyel, Marc Ladreit de Lacharrière n'est pas un simple homme d'affaires. Sa réussite, il la met au service de la culture et des jeunes en difficulté. Rencontre avec un philanthrope enthousiaste.

Décideurs. Votre Fondation Culture & Diversité fait l'unanimité, comment l'expliquez-vous ?

Marc Ladreit de Lacharrière. Le succès de la fondation s'explique par sa mission, qui répond à des besoins criants et l'actualité l'a hélas illustrée de manière cruelle : lutter contre les discriminations dont souffrent trop de jeunes issus des quartiers difficiles. Les pratiques artistiques sont des facteurs d'épanouissement, de dialogue et de cohésion sociale. Elles sont un antidote à la violence. En mars 1981, François Mitterrand déclarait : « Des millions d'enfants sont privés, un siècle après Jules Ferry, de l'égalité d'accès à la culture. » Près de trente-cinq ans plus tard, le constat est toujours vrai. C'est pourquoi la Fondation Culture et Diversité a décidé d'agir pour permettre aux jeunes issus de milieux modestes d'accéder aux arts et d'aider les plus motivés à intégrer les grandes écoles et embrasser les professions relevant du ministère de la Culture. L'objectif est de lutter contre l'image de métiers fermés à ceux qui n'en connaissent pas les codes. Depuis sa création en 2006, la fondation a accompagné plus de 23 000 jeunes.

Décideurs. Elle est construite sur le modèle « opérationnel », en quoi est-il plus pertinent qu'une action redistributive ?

M. L. de L. Ce modèle impose un engagement aux côtés de la jeunesse qui s'inscrit dans la durée. Il complète le mécénat de Fimalac, plus classique et redistributif. Les jeunes que nous accompagnons nous définissent comme la « fondation du terrain ». Chaque année, les taux d'admission de nos élèves aux grandes écoles de la culture sont très largement supérieurs à la moyenne ! Nous partageons cette réussite avec nos partenaires, l'École du Louvre, la Fémis ou encore Louis-Lumière qui sont de vrais militants. L'implication du personnel administratif et pédagogique des collèges et lycées est aussi essentielle : sans eux aucun programme ne serait possible. Notre méthodologie a par ailleurs été labellisée par le ministère de la Culture et le ministère de l'Éducation nationale.

Décideurs. Vous prenez souvent en exemple le *give back* à l'américaine, comment la France peut-elle s'en inspirer ?

M. L. de L. Les entrepreneurs français allient l'humanitaire et le capitalisme. Ils s'apparentent de plus en plus aux « libéraux/communistes » américains, comme se décrit notamment Bill Gates. Ils ont fait de leur responsabilité sociale, leur credo. Ils veulent faire bouger les lignes, soigner les injustices. Et en même temps, ils considèrent que les richesses qu'ils distribuent, seul le système libéral leur permet de les avoir créées. Ils sont un contre-pied pragmatique, éloignés de l'idéologie partisane de nos hommes politiques, trop souvent à mille lieues des réalités.

Décideurs. Les détracteurs restent nombreux, que leur répondez-vous ?

M. L. de L. L'opinion publique est de plus en plus favorable au mécénat. Je ne connais par exemple aucun maire qui lui soit hostile ! Chacun sait que le mécénat complète l'action des collectivités et

permet d'étendre la culture au plus grand nombre. Quant aux détracteurs, ils ne sont que des idéologues du dénigrement permanent. Dans leur posture de dénonciation, ils ne peuvent imaginer, car c'est souvent trop loin d'eux-mêmes, que des personnes peuvent faire acte de générosité désintéressée !

Décideurs. Comment voyez-vous l'avenir du mécénat français ?

M. L. de L. L'avenir du mécénat dépend des mécènes ! Réussir professionnellement ne peut être une fin en soi. La réussite doit être mise au service des autres. L'avenir sera dessiné par ceux qui auront l'ambition de mettre dans leur vie plus de solidarité pour agir en faveur d'une société plus harmonieuse. ●

Propos recueillis par Alexandra Cauchard

« Depuis sa création en 2006, la fondation a accompagné plus de 23 000 jeunes »

ÉTAT CHERCHE PARTENAIRE PARTICULIER

Plus que de dons, l'État a besoin de mécènes privés pour pérenniser patrimoine et création. Et il entend bien le faire savoir.

« **L'**État ne peut pas tout », déclarait Lionel Jospin. Plus que jamais, il a besoin de financement. Et pour coordonner l'action publique et privée, il s'est doté depuis 2003 (loi Aillagon) d'une mission mécénat au sein des ministères de la Culture et de l'Écologie. Son objectif: rapprocher les acteurs et les sources de financement et « en finir avec le vieux monde où l'État encaisse des recettes et les réinvestit », ironise un spécialiste rue de Valois. Désormais, « la gestion de l'intérêt collectif et la générosité doivent être partagées ». Pour cela, l'État développe depuis 2008 un outil privilégié de mécénat, le fonds

2000

fonds de dotation ont été créés entre 2008 et 2015

de dotation. Aussi simple à créer qu'une association, il collecte des fonds d'origine privée pour réaliser une mission d'intérêt général. Du CHU de Nîmes au Musée Picasso, de Marseille à Paris, son succès est incontestable.

Autre outil: la fondation d'entreprise. Créée à l'initiative commune des ministères, des chambres de commerce et d'industrie, des notaires et des experts-comptables, elle regroupe plusieurs dizaines d'entreprises régionales (Mécène et Loire, Mécènes Catalogne, Mécènes Caen Normandie...) qui souhaitent participer au « rayonnement et au développement économique de leur territoire ».



Entretien

[**FLEUR PELLERIN**]
ministre de la Culture
et de la Communication

Décideurs. Comment l'État incite-t-il le mécénat privé ?

Fleur Pellerin. La loi Aillagon ainsi que les avancées successives de la législation ont doté la France de dispositions juridiques et fiscales particulièrement propices au développement du mécénat et des fondations au profit de l'intérêt général. Ce sont parmi les plus incitatives au monde. Mon ministère a su favoriser sa diffusion en engageant des partenariats avec des institutions du monde économique et juridique: les chambres de commerce, les experts-comptables et le notariat avec lesquels des conventions ont été signées. Celles-ci ont contribué à installer le mécénat culturel dans les territoires. Je compte renouveler ces

accords et les ouvrir au Conseil national des barreaux qui en a fait la demande. La progression du fonds de dotation créé en 2008, amélioré par la loi relative à l'économie sociale et solidaire, est spectaculaire: une création par jour, plus de 2 000 fonds aujourd'hui, dont près d'un quart ont une vocation culturelle ou patrimoniale. Enfin, je suis particulièrement satisfaite de l'essor du mécénat participatif, à travers les appels à la générosité publique d'établissements comme la Fondation du patrimoine ou le Louvre, et de la relève générationnelle de la philanthropie, assurée par le succès des plates-formes de dons en ligne. J'ai demandé à mes services de réfléchir aux évolutions que pourraient connaître certaines dispositions propres au mécénat culturel, notamment en faveur de la création et de l'éducation artistique et culturelle. Ce travail est en cours. ●

Retrouvez l'interview en intégralité sur www.magazine-decideurs.com



© Luc Viseur

Focus UN FONDS DE DOTATION À LA MAIRIE DE PARIS

Déjà testé à Marseille en 2013 avec « Patrimoine et art contemporain », le fonds de dotation arrive à la mairie de Paris. Anne Hidalgo s'explique: « Depuis vingt-cinq ans, les financements privés complètent les financements publics. Je souhaite développer ces collaborations en faisant appel au mécénat. »

Totalement autonome et tourné vers la préservation du patrimoine et de la culture, ce fonds, « et non cette fondation », précise-t-on en interne, permet d'encourager le mécénat privé. Il allie la simplicité de constitution et de fonctionnement de l'association à la capacité juridique étendue d'une fondation – recevoir dons et legs. Les projets identifiés profiteront de cette mixité de financements à travers des fonds versés à la ville ou au département qui feront l'objet d'une affectation spéciale et définitive. Quant à la gouvernance du fonds, il sera assuré par un conseil d'administration et présidé, selon toute vraisemblance, par une ancienne collaboratrice de Laurent Fabius devenue directrice de la communication de Bertrand Delanoë, Anne-Sylvie Schneider.

PRÊTE-MOI TON SAVOIR-FAIRE

Agnès, Philippe, Olivier, Marie, ces hommes et ces femmes ont un point commun: le partage... grâce au mécénat de compétences.

« *J'accompagne mon cinquième filleul et en général je reste en contact. C'est un engagement palpitant. On leur apporte du punch, on les rassure...* », explique Tatiana Arkhipoff, membre de la direction des ressources humaines de la SNCF et engagée avec l'association Nos quartiers ont du talent dans l'accompagnement à la recherche d'emploi. Le principe est simple: une société met ses salariés à disposition d'une association de manière ponctuelle et gracieuse. La durée de cette mise à disposition est variable, d'une

24 000

entreprises proposent à leurs collaborateurs de faire du mécénat de compétences en France.

demi-journée à plusieurs mois. Si le concept n'est pas encore encadré juridiquement, les DRH gagneront à prévoir une convention avec l'association définissant les compétences apportées et l'échéancier du programme. Sécurisée, la relation est toujours « gagnant-gagnant ». Un soutien crucial pour les associations et une fierté pour les salariés impliqués, comme le constate Marc Auchène de la direction du Fret de la SNCF: « Les salariés sont fiers de participer à des projets utiles et toujours volontaires pour développer des contacts humains. »



Entretien

[HUGUES RENSON]
directeur général, Fondation EDF

Décideurs. Quelle est la place de la mobilisation des collaborateurs au sein de vos programmes ?

Hugues Renson. L'implication des salariés sur des actions d'intérêt général est une dimension devenue essentielle dans le mécénat d'entreprise. Il doit être un levier de cohésion, un outil de mobilisation interne et de fierté d'appartenance. Chez EDF, chaque projet soutenu par la fondation est accompagné par un salarié « parrain/marraine ». Par ailleurs, nous faisons se rencontrer des porteurs de projets éprouvant un besoin de compétences ponctuel avec des salariés susceptibles de leur apporter

un coup de main. Quant au mécénat de compétences, il se différencie de ces initiatives en ce qu'il concerne des salariés qui s'engagent sur leur temps de travail.

Décideurs. Quelles sont les difficultés inhérentes au mécénat de compétences ?

H. R. Il faut libérer du temps, organiser le travail différemment. C'est pourquoi il est indispensable de définir un cadre précis pour sa mise en œuvre. Le gouvernement réfléchit actuellement aux pistes à creuser pour valoriser les expériences associatives des actifs: congé solidaire, validation des acquis de l'expérience et CV citoyen. Des outils existent, il convient de bien les préciser avant d'en généraliser l'utilisation. ●

Retrouvez l'interview en intégralité sur www.magazine-decideurs.com



Focus

ORANGE À L'ÉCOUTE DE L'AUTISME

« La mission première d'Orange étant de permettre à tous de mieux communiquer, il nous semblait évident de contribuer à la lutte contre l'autisme », explique Brigitte Audy, secrétaire générale de la Fondation Orange.

« En plus du soutien financier, il est indispensable d'accompagner humainement les associations. »

L'un des principaux projets du groupe réside dans la création et le développement de la plate-forme « Applications Autisme », où sont regroupées 217 applications pensées et conçues pour les autistes, dont LetMeTalk qui permet de faire des phrases à l'aide de pictogrammes.

Au-delà de la fourniture des tablettes numériques aux associations, les collaborateurs d'Orange forment le personnel à leur utilisation.

Michel Senaux, ancien responsable ressources humaines de proximité chez Orange est détaché au sein du centre ressources Autisme Rhône-Alpes.

« Nous sensibilisons les parents, le personnel des associations et autres institutions à l'utilisation des tablettes et à la navigation sur l'Application Autisme ». Une aide précieuse pour les 600 000 personnes touchées par l'autisme.

CROWDFUNDING, LE MÉCÉNAT 2.0

L'avènement du mécénat participatif participe au rapprochement entre les œuvres et le public. Une nouvelle révolution.

Les médias sociaux ont créé un nouveau paradigme dont les grands acteurs de la culture sont en train de s'approprier les codes. Artistes et musées n'hésitent plus à parier sur le crowdfunding pour financer leurs projets. Précurseur, le Louvre est le premier à avoir fait appel à la générosité citoyenne en 2010 avec son programme « Tous mécènes », qui lui avait permis d'acquérir *Les Trois Grâces* de Cranach avec 1,2 million d'euros récoltés. L'institution renouvelle aujourd'hui l'appel aux dons pour s'offrir *La Table de Teschen* de Johann Christian Neuber. Sans dévelop-

38,2
millions

montant des dons récoltés sur les plates-formes de crowdfunding *

per leur système de donation en interne, d'autres musées s'appuient sur les plates-formes pour élargir leur cible de mécènes. Grâce à sa dernière campagne pour la restauration de *L'Atelier du peintre* de Courbet sur Ulule, le musée d'Orsay a vu l'âge moyen de son donateur passer de 70 à 59 ans. Pour encourager cette nouvelle économie du partage, la ministre de la Culture, Fleur Pellerin, a annoncé la création d'un portail référençant les projets en recherche d'investisseurs.

Objectif: organiser la rencontre entre porteurs de projets et mécènes. Une initiative qui confirme l'avenir florissant du mécénat populaire.

* Baromètre 2014 publié par Financement participatif France



Entretien

[ARNAUD BURGOT]
cofondateur et CEO, Ulule

pas un obstacle à la déduction fiscale attachée aux dons. Tout le monde est gagnant!

Décideurs. Comment voyez-vous l'avenir de l'alliance mécénat-crowdfunding?

A. B. Le crowdfunding est un outil prometteur pour le développement du mécénat. Les sociétés du CAC 40 n'ont pas assez de ressources en interne pour s'investir dans de petits projets. Ulule propose des solutions pour le faire pour elles et avec elles. Ces entreprises nous confient la gestion d'un programme de soutien de projets avec un cahier des charges et nous nous occupons de leur sélection et de leur organisation sur la page projet. Par exemple, pour chaque euro versé par un internaute, l'entreprise peut doubler la mise, tel un mécène caution. Grâce à ce « twist » du mécénat classique par le crowdfunding, le soutien de l'entreprise est plus visible, plus concret. Le modèle est d'ailleurs tout à fait transposable aux PME. Externalisation et micro-crowd-mécénat sont l'avenir de cette alliance! ●

Décideurs. Quel est l'intérêt de recourir au crowdfunding pour un établissement en quête de mécènes?

Arnaud Burgot. Ulule propose aux institutions culturelles un outil efficace et optimisé. Le financement d'un projet repose sur un objectif financier à atteindre dans un laps de temps donné. L'aspect « tout ou rien » convertit les donateurs en ambassadeurs. Sur notre plate-forme, les futurs entrepreneurs sont accompagnés par un « Good Idea Manager » qui affine la présentation des projets et maximise leurs chances de succès. Les chercheurs de mécènes profitent des 620 000 utilisateurs d'Ulule et des quasi deux millions de visites par mois. Résultat: deux tiers des projets atteignent ou dépassent leurs objectifs initiaux et les établissements voient le profil de leurs contributeurs rajeunir. Côté donateur, un intermédiaire comme Ulule n'est



© Sophie Boudry, musée d'Orsay

Focus L'ATELIER DU PEINTRE, 1 335 DONATEURS

« 22 m², travaux à prévoir... ». Lancée au début du mois d'octobre sur la plate-forme Ulule, la campagne de financement participatif du Musée d'Orsay pour restaurer *L'Atelier du peintre*, toile de Gustave Courbet, a rassemblé non pas des acheteurs immobiliers mais bien 1 335 donateurs. Loin des 30 000 euros prévus comme objectif au départ, ce sont plus de 155 000 euros qui ont été récoltés, avec un soutien moyen avoisinant les 116 euros, « C'est un très bon score pour une première opération », affirme Olivier Simmat, conseiller auprès du président du musée d'Orsay. D'un accès privilégié au musée à la rencontre avec les conservateurs, sept échelons de contreparties incitaient à la générosité des participants. Les donateurs pourront ainsi découvrir l'avancement de la restauration de l'œuvre abritée pour l'occasion sous un château de verre. « Nous voulions favoriser l'appropriation de l'œuvre par le public », explique Guillaume Maréchal, responsable mécénat. Construction de l'enceinte vitrée signée Saint-Gobain, communication pilotée grâce au mécénat de compétences de l'agence BDDP... sur un budget global de 600 000 euros, la moitié de la restauration est financée par le mécénat.