



# Rapport de l'Inspection générale de l'environnement

IGE/06/045

le 25 juin 2007

## L'environnement nouvel enjeu pour le mécénat d'entreprise

Par

**Dominique LEGRAIN**

Inspection générale de l'environnement



# SOMMAIRE

<b>1 AVANT-PROPOS.....</b>	<b>1</b>
<b>2 L'ENGAGEMENT DU MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DU DÉVELOPPEMENT ET DE L'AMÉNAGEMENT DURABLES.....</b>	<b>3</b>
2.1 L'implication du ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables.....	3
2.2 Recommandations.....	4
<b>3 DE L'INTÉRÊT DE SE DÉFAIRE DE QUELQUES IDÉES FAUSSES.....</b>	<b>7</b>
3.1 Le mécénat est un moyen pour obtenir de l'argent à bon compte sur le dos des entreprises.....	7
3.2 Le mécénat favorise le désengagement de l'État .....	7
3.3 Le mécénat, n'est que « la danseuse du président » .....	8
3.4 Le mécénat sert d'alibi aux entreprises qui veulent se donner bonne conscience.....	8
3.5 Un mécénat ne peut être vertueux que s'il s'effectue sans contrepartie pour le mécène .....	9
<b>4 LA PART DU MÉCÉNAT CONSACRÉE A L'ENVIRONNEMENT .....</b>	<b>10</b>
4.1 L'appel à la générosité du public .....	10
4.2 Les fondations sous égide.....	11
4.3 L'essor du mécénat d'entreprise .....	11
4.4 Le mécénat d'entreprise dédié à l'environnement.....	12
4.5 Agir et entreprendre dans la perspective des vingt années à venir .....	14
<b>5 DES OPÉRATION INTÉRESSANTES MAIS DISPERSÉES.....</b>	<b>15</b>
5.1 Les pionniers du mécénat.....	15
5.2 Des politiques de mécénat en cours de développement .....	16
5.3 Une structuration insuffisante .....	17
<b>6 LES PERSPECTIVES OUVERTES PAR LA « LOI AILLAGON ».....</b>	<b>18</b>
6.1 La loi Aillagon .....	18
6.2 Mesures fiscales spécifiques en faveur de la protection du patrimoine .....	20
<b>7 LE MÉCÉNAT AU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION .</b>	<b>22</b>
7.1 La « Mission du mécénat » .....	22
7.2 Un réseau dense de correspondants .....	22
7.3 Culture et environnement.....	23
<b>8 LA LOGIQUE DES PORTEURS DE PROJETS.....</b>	<b>24</b>
8.1 Le porteur de projet doit définir sa propre stratégie .....	24
8.2 Recommandations.....	26
<b>9 LA LOGIQUE DES ENTREPRISES MÉCÈNES.....</b>	<b>28</b>
9.1 Solidarité, culture ou environnement ? .....	29
9.2 Les motivations de l'entreprise .....	29
9.3 Recommandations.....	30
<b>10 EN GUISE DE CONCLUSION.....</b>	<b>32</b>
<b>11 PERSONNES RENCONTRÉES AU COURS DE LA MISSION .....</b>	<b>33</b>

ANNEXE : lettre de mission de Madame Nelly Olin, ministre de l'Écologie et du développement durable.

# 1 AVANT-PROPOS

« *La maison brûle...* »

Le combat en faveur de l'écologie et du développement durable va nécessiter, au cours des prochaines années, la mobilisation des énergies de « *l'ensemble des acteurs* » de la société. Qu'il s'agisse de biodiversité, de réduction des gaz à effets de serre, d'économies d'énergie ou de développement des énergies renouvelables, de qualité des eaux, de pollutions diffuses, de protection des paysages... Les objectifs à atteindre sont connus pour l'essentiel, les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir sont plus difficiles à maîtriser. Et pourtant, il y a urgence.

## ➤ *Le mécénat, un atout pour l'environnement*

Face aux enjeux, quel peut être le rôle de l'entreprise ? Le « mécénat d'entreprise » est-il une vieille lune ou un projet d'avenir ?

La France souffre, plus que nombre de ses voisins, d'un divorce persistant entre le monde de l'entreprise et le monde de l'environnement. Étrange paradoxe. La France vit de son économie et se méfie de ses entreprises.

Le mécénat d'entreprise n'est pas une fin en soi. C'est un élément d'une approche plus vaste qui implique pour l'entreprise une progressive prise de conscience des enjeux du développement durable, une mobilisation des salariés, la compréhension d'une éthique sociale et environnementale vis-à-vis des consommateurs et des citoyens, une responsabilité vis-à-vis des générations futures.

L'entreprise ne s'inscrit pas dans une logique de charité, mais dans une exigence de performance. En cela, le mécénat d'entreprise est une chance pour l'environnement. Il suppose une nouvelle dynamique, une nouvelle relation entre les protecteurs de la nature et les entreprises, un *Nouveau Contrat Social*. Le mécénat d'entreprise c'est gagner ensemble, instaurer l'écoute, le dialogue des cultures, le partage des expériences, la solidarité entre les acteurs économiques et sociaux de notre pays.

## ➤ *Une fiscalité attractive*

Tous les éléments sont aujourd'hui réunis pour donner au mécénat la place qu'il mérite, dans le champ de l'écologie et du développement durable.

La loi du 1<sup>er</sup> août 2003, dite loi Aillacon, a constitué une véritable révolution dans le domaine du mécénat d'entreprise. Le régime fiscal, prévu par la loi, met la France à un niveau d'excellence comparable à celui des pays européens les plus avancés<sup>1</sup> :

« *Ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant les versements, pris dans la limite de cinq pour mille du chiffre d'affaires, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés au profit... de la défense de l'environnement<sup>2</sup> ».*

Pour un versement de 1 M €, la réduction fiscale dont bénéficie l'entreprise est de 600 000 €. Le mécénat n'est pas uniquement question d'argent. Il existe des mécénats en nature, des mécénats de compétence ou technologiques. La mixité des formes de partenariat présente des avantages pour les bénéficiaires (couplage du mécénat financier et du mécénat de compétence, par exemple).

<sup>1</sup> Francis Charhon, directeur général de la Fondation de France, fait remarquer que les dispositions fiscales qui s'appliquent au mécénat en France et en Irlande sont désormais les plus favorables qui soient en Europe.

<sup>2</sup> Article 238 bis du code général des impôts.

Les mécénats peuvent être croisés et associer action sociale et protection de l'environnement, culture et environnement, ce qui offre des perspectives dans les domaines de l'écologie et du développement durable.

Le niveau du mécénat d'entreprise dans le champ de l'environnement est modeste. En 2005, les entreprises de plus de 200 salariés ont consacré 1 milliard € au mécénat, 340 M € sont allés à la culture, 550 M € à la solidarité<sup>3</sup>... 50 M € à l'environnement (5 %).

Près de 70 % des *sommes* affectées au mécénat proviennent de grandes entreprises (500 salariés et plus), 53 % des *opérations* de mécénat sont le fait de PME. Le mécénat, en pleine expansion, revêt des formes multiples. C'est sa force et son intérêt.

#### ➤ *La motivation des entreprises*

L'essor des fondations dans le monde et la part du mécénat au profit des causes d'intérêt général évoluent très rapidement. Notons, à titre d'illustration, que la banque britannique HSBC a décidé, en mai 2007, d'attribuer 100 millions de dollars (74,5 M €) sur cinq ans à quatre ONG, pour lutter contre le réchauffement climatique.

Il paraît souhaitable, compte tenu des nouveaux défis auxquels nos sociétés sont confrontées, qu'en France, environ 1/3 des sommes affectées par les entreprises au mécénat bénéficie à l'écologie et au développement durable, mettant ce secteur à un niveau équivalent à celui atteint par la culture et la solidarité. Objectif ambitieux ? Certes.

Faisons le pari que l'objectif peut être atteint dans les dix ans qui viennent, ce qui, à situation constante, porterait le budget du mécénat d'entreprise pour l'environnement aux alentours de 300 M € par an. Objectif qui peut être atteint, voir anticipé, si l'on tient compte de la volonté et des engagements du Gouvernement en faveur du développement durable.

Au-delà des enjeux financiers, c'est d'un véritable projet de société qu'il s'agit, basé sur un sentiment de solidarité et de destin partagé.

Une prise de conscience est pour cela indispensable de la part des porteurs de projets, des entreprises et du ministère en charge de l'écologie et du développement durable.

*Le rapport a pour but de mettre le ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables au cœur d'une nouvelle politique dans la relation à établir entre les acteurs de l'environnement et les entreprises (chapitre 2).*

*Il exprime des recommandations aux porteurs de projets (chapitre 8) et aux entreprises (chapitre 9).*

*Dans un document annexe, sont présentées des expériences de mécénat conduites par des porteurs de projets (associations de défense de l'environnement, établissements publics sous tutelle du ministère).*

<sup>3</sup> Ce chiffre élevé est du, pour partie, à la campagne en faveur des victimes du tsunami. L'année précédente, les budgets mécénat des entreprises consacrés à la culture étaient supérieurs à ceux consacrés à la solidarité.

## **2 L'ENGAGEMENT DU MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DU DÉVELOPPEMENT ET DE L'AMÉNAGEMENT DURABLES**

L'acte de mécénat est un acte volontaire, qui dépend exclusivement des partenaires qui souhaitent en être les acteurs : l'entreprise et le porteur de projet. C'est ce qui en fait la force et la valeur.

La pertinence du mécénat doit s'analyser dans une perspective à long terme. La question à se poser est de se demander ce que sera la société dans vingt ans, en termes de lutte contre la précarité, de violences urbaines, de santé, d'épanouissement individuel et collectif, de protection de l'environnement...

Le mécénat est une nouvelle façon de vivre ensemble. Également une espérance pour les générations futures. Si le mécénat d'entreprise a permis de collecter et de redistribuer plus d'un milliard € en 2005, c'est sans doute qu'il y a pour cela de bonnes raisons.

Encore faut-il que le mécénat soit développé, soutenu, encadré, que les entreprises s'engagent durablement dans cette voie, avec le soutien et la compréhension de l'opinion et des pouvoirs publics.

### **2.1 L'implication du ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables**

Dans le domaine de l'environnement, les opérations de mécénat sont dues aux initiatives des acteurs de terrain, au plus proche des citoyens, avec une prise en compte de la complexité des problèmes à résoudre. Ceci appelle deux remarques :

- l'engagement de ces gestionnaires de l'environnement est un signe de vitalité et un gage de diversité.
- par contre, la faible implication du ministère de l'Écologie et du développement durable (MEDD) est révélatrice d'une absence de vision claire et à long terme des enjeux que représentent les opportunités de rapprochement avec les entreprises.

Les entreprises ont unanimement regretté le manque de reconnaissance du ministère de l'Écologie et du développement durable en matière de mécénat environnemental, contrairement à ce qui se passe pour la santé, la culture ou le sport.

Le ministère en charge de l'Écologie et du développement durable tient sa force d'une administration centrale et de services déconcentrés structurés, d'un important réseau d'établissements publics et de la très grande richesse du milieu associatif.

Les entreprises n'ont pas pour vocation de financer le ministère ou ses services, mais peuvent être associés à des projets en faveur de l'environnement, portés indifféremment par des associations ou des établissements publics.

#### *➤ Milieu associatif et organismes publics, inégaux face au mécénat*

Les associations de protection de l'environnement manifestent parfois leur inquiétude d'une possible hégémonie des organismes publics qui sollicitent l'engagement et la générosité des entreprises.

De nombreuses entreprises se tournent spontanément vers les établissements publics qui offrent des gages de sérieux et de pérennité pour les actions qu'ils conduisent. Le Conservatoire du littoral, le Muséum national d'histoire naturelle, l'ONF... sont des clients privilégiés pour les entreprises. Ce sont des organismes qui ont une forte visibilité, qui disposent, pour certains d'entre eux, d'une expertise scientifique reconnue, qui ne courrent pas le risque de cessation d'activités ou de licenciements de personnels.

Parmi les associations, sont privilégiées par les entreprises celles qui sont les mieux implantées, les plus solides, les plus proches des pouvoirs publics. Le réseau Grands Sites de France, la Fédération des réserves naturelles, la Fédération française de la randonnée pédestre en sont les premiers bénéficiaires.

Certaines associations, de moindre envergure, se sentent délaissées. Elles craignent que les pouvoirs publics ne soient tentés de privilégier leurs propres établissements publics. Pour le ministère en charge de l'écologie et du développement durable, l'inquiétude des « petites associations » mérite une attention particulière, non pour des raisons altruistes, mais par souci de pertinence et d'efficacité, ces petites associations étant souvent des acteurs de proximité, qui peuvent avoir une influence réelle sur les enjeux environnementaux.

#### ➤ *Privilégier l'accompagnement et la liberté d'initiative*

Le mécénat est affaire de contacts, de relations directes entre partenaires qui ont en commun un même objectif, une même sensibilité, une même envie de réussir.

Toute tentative d'encadrement par le ministère ferait perdre au mécénat ce qui est son essence même, qui est de reposer sur de libres initiatives.

Le rôle du ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables en matière de mécénat, devrait être d'accompagner, éventuellement de conseiller, d'informer, d'aider les acteurs de l'environnement, sans se substituer à eux. La liberté d'entreprendre, pour les porteurs de projets, est leur meilleur gage de réussite.

## 2.2 Recommandations

Le régime fiscal adopté par le Parlement en 2003 étant très favorable aux donateurs et aux entreprises mécènes, les mesures qui suivent ne comportent aucune proposition de nature législative ou réglementaire. Elles n'entraînent pas de dépenses budgétaires directes<sup>4</sup>. Fonctionnelles, elles concernent exclusivement le soutien attendu du ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables au mécénat d'entreprise.

### Organisation administrative

**R.1** - Créer une « *Mission mécénat* », auprès du Secrétariat général du MEDAD, point focal du ministère pour les questions de mécénat concernant l'écologie et le développement durable.

Constitution d'une équipe restreinte, pour animer la Mission : 1 agent expérimenté de catégorie A + 1 adjoint ou 1 assistante.

Objectifs de la Mission :

- veille juridique, relations avec le Ministre, le Cabinet, les directions du ministère, les responsables d'entreprises et les porteurs de projets qui le souhaitent...,
- suivi du « *Guide du mécénat de l'écologie et du développement durable*<sup>5</sup> »,
- suivi du « *Rapport annuel du mécénat de l'écologie et du développement durable*<sup>6</sup> ».

<sup>4</sup> La mise en place de la Mission mécénat peut se faire par redéploiement interne.

<sup>5</sup> Mesure 5.

<sup>6</sup> Mesure 6.

**R.2** - Constitution d'un réseau de correspondants mécénat pour l'écologie et le développement durable :

- désignation d'un *correspondant* mécénat au sein de chaque DIREN<sup>7</sup>,
- désignation d'un *responsable* mécénat au sein des grandes associations de protection de la nature, des établissements publics sous tutelle et des partenaires du MEDAD les plus concernés (*Parcs nationaux de France, RNF, Muséum national d'histoire naturelle, Conservatoire du littoral, Espaces naturels de France, Fédération des Parcs naturels régionaux, réseau des Grands sites de France...*).

## Formation

**R.3** - Prévoir un module de formation sur le mécénat d'entreprise à l'IFORE, pour les porteurs de projets et les différents acteurs du mécénat :

(conférenciers d'*ADMICAL*<sup>8</sup>, responsables de fondations, porteurs de projets...)

## Information / diffusion

**R.4** - Publication d'un :

« *Guide du mécénat de l'écologie et du développement durable*»,

à l'initiative du MEDAD, à destination des entreprises et des porteurs de projets (régime fiscal, textes juridiques, montage des dossiers, conseils pratiques...)

**R.5** - Publication d'un :

« *Rapport annuel du mécénat de l'écologie et du développement durable*»,

à l'initiative du MEDAD.

- possibilité de faire remonter les éléments d'information par les partenaires du réseau en relation avec le MEDAD (EPA, associations, collectivités...),
- retour d'image pour les entreprises, exemples à suivre pour les porteurs de projets...,
- présentation du rapport par le ministre de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables à la presse, à l'occasion de manifestations annuelles.

**R.6** - Création d'un portail dédié au mécénat sur le site Internet du ministère de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables.

## Initiatives pour la promotion du mécénat

**R.7** – Élargir les missions des « *référents mécénat* » des Chambres de commerce et d'industrie (CCI), récemment mis en place par le ministère de la Culture, afin qu'ils soient porteurs de l'ensemble des projets concernant le patrimoine (culture et environnement).

<sup>7</sup> La motivation et la formation des personnes qui seront désignées seront un élément déterminant pour la réussite des opérations.

<sup>8</sup> Association pour le développement du mécénat industriel et commercial.

**R.8 - Créer, les :**

« *Trophées du mécénat de l'environnement* »,

attribués par un jury indépendant, pour récompenser les meilleurs projets (originalité, impact, visibilité...) ainsi que l'engagement des entreprises (durée, efficience...).

Obtenir, par avenant au cahier des charges signé par la ministre de l'Écologie et du développement durable (MEDD) et France Télévision, le concours des télévisions et radios publiques (France 2, France 3, France 4, France 5, Radio France, RFI et RFO) pour relayer le palmarès des Trophées du mécénat.

**R.9 - Négocier un partenariat avec les écoles de commerce, avec un double objectif :**

- réalisation d'enquêtes par des étudiants, formés au préalable, auprès des entreprises pour évaluer leur motivation pour le mécénat en faveur de l'écologie et du développement durable,
- négociation, si l'opportunité se présente, de partenariats entreprises / porteurs de projets.

*Conventions à passer entre le MEDAD (ou les DIREN) et les écoles de commerce.*

**R.10 - Nommer des « ambassadeurs du mécénat », chargés d'expliquer dans les régions aux acteurs de l'environnement (établissements publics, associations, collectivités locales...) les enjeux du mécénat dans le domaine de l'écologie et du développement durable (aspects juridiques, financiers, montage de projets...).**

**R.11 -** Crédit d'un « *Conseil du mécénat* » auprès du ministre de l'Écologie, du développement et de l'aménagement durables composé de chefs d'entreprises et de professionnels du mécénat.

Ce conseil, composé de 10 à 15 personnes, pourrait se réunir deux à trois fois par an.

**R.12 – Prévoir, courant 2008, des « États généraux du mécénat pour l'environnement et le développement durable », pour affirmer la volonté du ministère et mettre en valeur entreprises et porteurs de projets.**

### **3 DE L'INTÉRÊT DE SE DÉFAIRE DE QUELQUES IDÉES FAUSSES**

Le mécénat souffre de façon chronique d'un certain nombre d'idées reçues, le plus souvent très éloignées de la réalité.

Contrairement à ce qui se passe dans les pays anglo-saxons, en France, on considère le mécénat comme une activité hors norme, un peu hybride, pas vraiment recommandable ou légitime. On se méfie de possibles coups tordus.

Le mécénat est une activité économique et sociale de plein exercice, qui répond à des règles et obéit à des exigences précises et rigoureuses.

Pour aborder sereinement le mécénat mieux vaut se débarrasser de quelques idées fausses et des préjugés faire table rase.

#### **3.1 Le mécénat est un moyen pour obtenir de l'argent à bon compte sur le dos des entreprises**

De nombreux porteurs de projets considèrent le mécénat comme un moyen de faire face à des difficultés financières (passagères ou chroniques).

Demander de l'argent à une entreprise, sans projet, est inévitablement voué à l'échec. Les entreprises ne sont pas dans une logique de don mais de partenariat.

Même lorsqu'il s'agit de modestes subventions pour des manifestations locales, l'entreprise escompte un retour d'image, un dialogue facilité avec les élus locaux, un sentiment de fierté partagé avec les personnels.

L'expérience montre que pour une entreprise qui pratique le mécénat, le montant des sommes en jeu n'est ni le critère principal ni le critère déterminant. Une Fondation d'entreprise sera plus encline à s'engager pour une somme importante si elle acquiert la conviction que le projet qu'on lui présente est porteur. Par contre, elle a toutes chances de refuser une somme même modique, pour un projet qui offre peu de garanties ou d'intérêt.

En résumé, l'octroi de 100 000 € bien investis est préférable pour l'entreprise à une subvention de 1 000 € dépensée en pure perte.

Il est donc inutile pour le porteur de projet de quémander de l'argent auprès de l'entreprise. On serait tenté de dire, en jouant sur les mots, que l'entreprise n'est pas un mécène, elle est un entrepreneur-mécène.

#### **3.2 Le mécénat favorise le désengagement de l'État**

Cette affirmation est largement non fondée.

Le mécénat fait, dans la majorité des cas, émerger de nouvelles aspirations, de nouvelles pratiques, de nouvelles solidarités. Les pouvoirs publics (État, régions, départements...) face à l'expression de nouvelles demandes sociales sont, à plus ou moins long terme, contraints de s'engager. La prise de conscience de l'opinion forge de nouvelles exigences politiques (droit au logement, accessibilité des handicapés dans les lieux publics, aide aux personnes âgées, soins palliatifs, minima sociaux...). Il en va de même dans le domaine de la culture. Les actions de mécénat ont très largement contribué à sensibiliser de nouveaux publics aux manifestations culturelles et à la protection du patrimoine. Les collectivités locales sont conduites à prendre le relais. Il en va de même de l'aménagement urbain et de la protection de l'environnement.

L'entreprise mécène, dans de nombreuses occasions, joue le rôle d'innovateur social.

L'affirmation selon laquelle le mécénat favorise le désengagement de l'État procède d'un vision figée de la société et d'une volonté de cloisonner le rôle des acteurs qui interviennent dans la vie collective. Cette vision statique s'accompagne souvent du souhait, parfois inavoué, de maintenir ou de renforcer le rôle de l'État, censé être le seul acteur en mesure de représenter l'intérêt général. La réalité est différente. Le tissu social est d'une grande diversité. La société en mouvement. Les actions conduites par les acteurs économiques et sociaux et celles conduites par les acteurs publics inter-réagissent en permanence. Le mécénat est un aiguillon des politiques publiques, qui diversifie les initiatives et favorise le travail de proximité des porteurs de projets.

### **3.3 Le mécénat, n'est que « la danseuse du président »**

La réalité est différente, et les pratiques évoluent rapidement depuis quelques années. Il est évident que le président de toute société industrielle ou commerciale aura toujours le dernier mot en matière de mécénat. Il n'est pas rare qu'il préside lui-même le conseil d'administration de la fondation de son entreprise.

Le mécénat d'entreprise n'a émergé dans la société française que relativement récemment. Au départ, il a été porté par des chefs d'entreprises parfois visionnaires qui ont, de leur propre initiative, introduit la pratique du mécénat au sein de leur entreprise. Ce fut le cas pour Paul Ricard qui a introduit le mécénat dans son groupe, en tenant compte de sa propre sensibilité pour la protection de l'environnement avec l'Institut océanographique qui porte son nom et pour le soutien apporté à la culture et aux jeunes artistes. Cela a été également le cas pour Marc Ladreit de Lacharrière, fondateur et président du groupe de banque et d'assurance Fimalac, qui, dès la création de son entreprise a décidé de créer une fondation destinée à mettre la culture au cœur de l'action sociale. Dans l'un et l'autre cas, il s'agissait de donner une identité à la société fondée sur des valeurs éthiques.

Ce type de comportement ne peut pas pour autant être assimilé aux caprices du président. Il s'agit de choix stratégiques, qui sont, ultérieurement, partagés avec les salariés du groupe.

Depuis quelques années, il est de plus en plus fréquent que les axes stratégiques du mécénat se fassent après consultation des salariés. Cela a été le cas pour la création de la Fondation d'entreprise Total pour la biodiversité et la mer.

Dans la très grande majorité des cas, les opérations de mécénat se déclinent désormais, année après année, avec les équipes dirigeantes. Différents services de l'entreprise sont mis à contribution : les services juridique, financier, marketing, communication... Les opérations font l'objet d'évaluations régulières, de façon collective.

### **3.4 Le mécénat sert d'alibi aux entreprises qui veulent se donner bonne conscience**

Cette affirmation est la plus souvent entendue, répétée, colportée.

L'entreprise chercherait à se refaire une virginité en ayant ses bonnes œuvres. Les industries les plus polluantes se construirait une image généreuse susceptible d'occulte leurs méfaits. Cette interprétation, pour tentante qu'elle puisse être, est peu réaliste.

Pour une entreprise polluante, le mécénat en faveur de l'environnement est un mécénat à risque. Il prête le flanc à toutes les critiques de manipulation, de cynisme. L'opinion a vite fait de faire le rapprochement entre les faits délictueux ou néfastes à la protection de l'environnement et le pseudo-rachat par des bonnes actions réalisées au moindre coût.

Le mécénat a pour caractéristique et pour vertu d'engager la crédibilité, l'image, la notoriété de l'entreprise. L'enjeu stratégique que celle-ci se fixe est entendu, compris, partagé par les salariés du groupe, souvent sensibles à la protection de l'environnement. A moyen et long terme, le double langage n'est jamais productif. Les magasins E.Leclerc, en s'engageant dans un mécénat en faveur de l'environnement ne font qu'appuyer une stratégie d'entreprise, qui, pour avoir ses justifications commerciales, doit avoir une cohérence avec la conduite des

activités du groupe, sous peine de contre-performances. Le groupe Yves Rocher est dans une situation analogue.

Le mécénat est pour l'entreprise un processus qui engage ses dirigeants, mobilise les salariés, participe à la communication du groupe et à la fidélisation de la clientèle. Il façonne la culture d'entreprise et peu difficilement constituer une variable d'ajustement en cas de crise.

Pour être plus précis, le mécénat de la Fondation Total n'a jamais constitué une circonstance atténuante au regard de la responsabilité éventuelle de la société vis-à-vis de la justice, pas plus qu'il n'a servi de circonstance atténuante pour les élus bretons. La justice se moque du mécénat. Les victimes des marées noires également.

### **3.5 Un mécénat ne peut être vertueux que s'il s'effectue sans contrepartie pour le mécène**

Une ambiguïté existe sur la nature désintéressée ou non du mécénat. On entend souvent dire qu'une entreprise qui chercherait à obtenir une quelconque contrepartie de son geste « philanthropique » n'agirait plus dans le cadre d'une opération de mécénat mais comme un sponsor<sup>9</sup>.

Cette interprétation est aussi ancrée dans les esprits que le culte de Caius Maecenas, cité comme l'inventeur du mécénat, ce qui valut à l'impétrant de voir son patronyme transformé en nom commun. Notons simplement, à ce sujet, que Caius Maecenas est né en 70 avant J.C. et que, depuis, beaucoup d'eau a coulé sous les ponts du Tibre.

Cosme de Médicis, François I<sup>er</sup>, le prince Lichnowsky, Gustave Caillebotte, Charles et Marie-Laure de Noailles furent en leur temps mécènes. Bill Gates et Warren Buffet, aux Etats Unis en sont d'autres.

La confusion est renforcée sur le caractère ou non désintéressé du mécénat, par sa définition juridique, qui considère qu'il s'agit d'un soutien matériel apporté « sans contrepartie directe ». Absence de contreparties directes, sous-entend possibilités de contreparties indirectes. Le tout est de s'entendre sur les définitions.

La loi du 1<sup>er</sup> août 2003, outre les avantages fiscaux substantiels accordés aux entreprises, autorise des contreparties (entrées gratuites dans des musées, invitations à des manifestations, menus privilégiés accordés aux salariés de l'entreprise...), à condition qu'il existe une disproportion marquée entre le bénéfice tiré par l'entreprise et les sommes affectées au mécénat. Contreparties directes ou indirectes ?

Le législateur veut dire par absence de contrepartie directe que si l'entreprise est autorisée à communiquer sur son mécénat, il lui est interdit de communiquer sur ses marques commerciales, dans le cadre d'opérations de mécénat. C'est là que réside la différence avec le parrainage.

Peu importe que les contreparties soient qualifiées de directes ou d'indirectes, il n'en reste pas moins que le mécénat d'entreprise bénéficie de contreparties sonnantes et trébuchantes.

Ironie de l'histoire, Caius Maecenas, considéré comme le modèle le plus parfait du mécénat désintéressé, a bénéficié d'un retour d'image que beaucoup d'entreprises pourraient lui envier. Il est donc préférable, qu'il s'agisse de la bonne compréhension du cadre juridique qui fixe la nature du mécénat ou pour des raisons de simple bon sens, d'abandonner définitivement l'idée que le mécénat devrait se traduire par un don anonyme, sans publicité, sans contreparties, sans évaluation.

---

<sup>9</sup> Comme un « parrain » si on transpose le terme anglo-saxon de *sponsoring* en celui de parrainage.

## 4 LA PART DU MÉCÉNAT CONSACRÉE A L'ENVIRONNEMENT

Dans le domaine de la philanthropie il faut clairement distinguer les dons des particuliers (spontanés), les souscriptions publiques (générosité encadrée et sollicitée) et l'engagement des entreprises.

Quand on évoque l'engagement philanthropique, en France, pour déplorer son faible développement, on fait fréquemment référence aux pays anglo-saxons et notamment aux États-Unis.

Pour signifier que le mécénat devrait constituer une évidence, on se plaît à citer l'exemple de Warren Buffett qui a fait don, en 2006, de 30 milliards de dollars à la Fondation de Bill Gates, réservant 7 milliards de dollars pour quelques autres œuvres caritatives<sup>10</sup>.

Ce qui situe Warren Buffett au sommet du hit-parade des plus généreux donateurs au monde, dans la lignée de quelque-uns de ses illustres prédécesseurs :

- Andrew Carnegie : 7,2 milliards de dollars (1902-1919),
- John D. Rockefeller : 7,1 milliards de dollars (1889-1937),
- John D. Rockefeller Jr. : 5,5 milliards de dollars (1927-1960).

Le « Rapport moral sur l'argent dans le monde » édité par l'Association d'économie financière, en partenariat avec la Caisse des dépôts et consignations (CDC), indique que les fondations américaines ont versé 32,4 milliards de dollars en 2004 pour des œuvres caritatives et l'aide au développement. La part des financements internationaux des fondations américaines a été de 4 milliards de dollars en 2006.

En France quelques grandes fortunes pratiquent le mécénat. C'est le cas de Liliane Bettencourt<sup>11</sup>, des familles Mulliez ou Dassault... et de quelques autres. Les causes soutenues concernent rarement l'environnement.

Les fondations sont également plus nombreuses dans les pays anglo-saxons qu'elles ne le sont en France. En 2003, au moment du vote de la loi Aillagon, la France comptait 500 fondations sous égide de la Fondation de France, plus d'un millier abritées par l'Institut de France, 476 fondations reconnues d'utilité publique (dont les 2/3 réputées peu actives), 78 fondations d'entreprises. En 2006, le nombre de fondations, tous statuts confondus est passé à 2 200 et le nombre de fondations d'entreprises à 178.

Par comparaison, on dénombrait 2 000 fondations en Allemagne, 3 000 *Charity Trusts* en Grande-Bretagne, 65 000 fondations aux États-Unis.

La France n'est pas l'Amérique<sup>12</sup>.

Les comparaisons sont de faible intérêt, en matière de générosité et de mécénat. Mieux vaut examiner la réalité française, ses particularismes, ses dynamismes et ses pesanteurs, afin de comprendre les voies et moyens d'associer les acteurs de la société civile aux grands enjeux de société.

### 4.1 L'appel à la générosité du public

En matière de générosité publique, les causes humanitaires sont, et de loin, les plus populaires. Depuis peu, cet engouement est relayé par des puissants moyens télévisés, qui deviennent de véritables shows médiatiques.

En 2005, comme en 2006, le Téléthon (massivement appuyé par les médias) a rapporté plus de 100 M € en 48 h. Depuis sa création en 1987, le Téléthon a recueilli 1, 3 milliard €.

<sup>10</sup> Les enfants de Warren Buffett devront se contenter, au cours actuel des actions du donneur, de 400 millions de dollars.

<sup>11</sup> Liliane Bettencourt a affecté 32 M €, en dix ans, à la recherche et au soutien humanitaire.

<sup>12</sup> L'exemple du mécénat culturel est significatif : « *En europe, la culture est financée à environ 70 à 80% par des fonds publics. Seulement 5 à 6% proviennent du sponsoring et du mécénat. Aux Etats-Unis c'est pratiquement l'inverse. Les deux systèmes ne sont ni comparables ni compatibles.* », Nicolas Kerkenrath, directeur du département culturel du groupe Bayeren Allemagne.

L'exemple du Téléthon est atypique, tant par la mobilisation des moyens qu'il met en œuvre que par la nature des causes qu'il soutient. La souffrance d'enfants atteints de maladies graves mobilise, mieux que tout autre cause, la générosité publique et constitue, sans doute, le sujet qui culturellement et socialement fait la plus grande unanimité.

Pour cette même année 2005, la Fondation d'Auteuil a recueilli par dons et legs 63 M €, la Fondation de France 44,5 M €, la Ligue nationale contre le cancer 35 M €... la SPA 15 M €.

L'aide aux victimes du *tsunami*, en faisant appel à la générosité internationale, en 2004, a mobilisé 10 milliards €.

Dans le domaine de l'environnement, la situation est sensiblement différente.

Les ordres de grandeur ne sont pas comparables. La LPO lance des campagnes de souscriptions en faveur d'espèces menacées. Le Conservatoire du littoral (financé par l'État) reçoit régulièrement des dons manuels, dans le cadre d'appels à la générosité publique. La Fondation Tour du Valat, fait parrainer des flamants roses... L'ONF (établissement public industriel et commercial) mobilise l'opinion publique pour replanter des arbres. Si ces opérations ont un effet mobilisateur et pédagogique, les recettes financières restent, sauf exceptions, la plupart du temps marginales.

En 1976, l'association « Espaces pour Demain », qui souhaitait devenir l'équivalent en France du *National Trust* britannique, a lancé une vaste campagne de souscription sur le thème « Adoptez un arbre ». L'opération s'est soldée par un échec retentissant.

La Fondation de France a renoncé à lancer des campagnes de souscription en faveur de l'environnement auprès du public, faute de résultats tangibles. Contrairement à ce qui se passe dans les pays anglo-saxons (*National Trust*, RSPB<sup>13</sup>...), le thème ne fait pas recette, l'opinion publique ne se sent pas directement concernée lorsqu'il s'agit d'aider financièrement des causes environnementales, pensant que ces problèmes relèvent de la responsabilité des pouvoirs publics et que leur contribution ne peut avoir qu'un faible impact sur les sujets traités lorsque sont en cause des enjeux globaux<sup>14</sup>.

## 4.2 Les fondations sous égide

Fin 2006, la Fondation de France abritait 571 fondations sous égide, dont 55 créées par des entreprises. Seulement 12 de ces fondations abritées sont dédiées exclusivement à l'environnement<sup>15</sup> (2 % du total).

A noter que certaines entreprises créent une fondation sous égide de la Fondation de France, pour une période transitoire, avant de créer leur propre fondation d'entreprise.

Les fondations sous égide sont majoritairement le fait de particuliers qui souhaitent soutenir une cause qui leur tient particulièrement à cœur. Sont privilégiés la solidarité, la santé, l'aide à l'enfance... La Fondation de France reconnaît que le thème de l'environnement, à ce jour, attire peu les créateurs de fondations.

Ceci est du, pour partie, au fait que les causes de défense de l'environnement sont, actuellement, difficilement identifiables et moins valorisantes pour les particuliers qu'elles ne peuvent être économiquement et socialement rentables et performantes pour les entreprises.

## 4.3 L'essor du mécénat d'entreprise

L'engagement des entreprises répond à une logique radicalement différente de celle qui prévaut pour la générosité des particuliers. L'entreprise ne pratique pas la charité. Elle n'a d'ailleurs aucun intérêt à le faire. Pas plus qu'elle n'a intérêt à soutenir des causes mal définies ou peu probantes. Au terme de charité, il est préférable de substituer celui d'engagement.

<sup>13</sup> Royal Society for the Protection of Birds.

<sup>14</sup> Un tel état de fait a vraisemblablement pour origine une communication très insuffisante sur les thématiques de l'environnement, notamment de la part des pouvoirs publics.

<sup>15</sup> Certaines fondations sous égide non répertoriées dans la liste, peuvent intervenir à titre secondaire dans le champ de l'environnement (c'est le cas, par exemple, pour la Fondation Dexia Crédit Local ou la Fondation EDF).

L'entreprise répond à une stratégie qui lui est propre, liée à son image, à son développement, à la mobilisation de ses salariés, à sa perception de l'évolution de la société. L'entreprise ne vit pas dans l'émotion mais dans la culture de la performance. Ce dernier élément constitue un atout indéniable pour le porteur de projet.

Le mécénat n'est pas désintéressé. Il n'a pas à l'être. Par contre, il s'inscrit dans un échange « gagnant / gagnant »<sup>16</sup>.

On constate, à l'heure actuelle, un développement rapide du mécénat d'entreprise. Les chiffres les plus récents dont on dispose en matière d'évaluation du mécénat d'entreprise, tous domaines confondus, proviennent d'une enquête ADMICAL / CSA<sup>17</sup>, effectuée au printemps 2006 auprès de 572 entreprises de 200 salariés et plus.

Les entreprises de plus de 200 salariés ont consacré **1 milliard €**, en 2005, au mécénat<sup>18</sup>.

18 % des entreprises de plus de 200 salariés ont pratiqué une politique de mécénat, en 2005 (ce qui représente, environ 800 entreprises). Il y a fort à parier que ces entreprises, qui représentent tous les secteurs du tissu économique, en assumant en la matière un rôle de pionnier, expriment leur désir d'innover, d'anticiper les évolutions sociales, de « faire bouger la société ». Ceci signifie également que 82 % des entreprises de plus de 200 salariés ne se sont pas encore converties au mécénat... ce qui offre, toute ironie mise à part, une marge de progression singulière !

Les 20 plus gros contributeurs sont, par ordre décroissant :

Axa, TF1, Total, Caisse des Dépôts, Société Générale, EDF, Schneider Electric, Veolia, France Télécom, Caisse d'Epargne, Carrefour, Vinci, EADS, McDonald's, Sanofi Aventis, Club d'entreprises Arop (groupement de 70 sociétés), Gaz de France, AGF, Groupe Banque Populaire, Patagonia Europe.

#### 4.4 Le mécénat d'entreprise dédié à l'environnement

19 % des entreprises de plus de 200 salariés interrogées, *qui pratiquent le mécénat*, déclarent intervenir dans le domaine de l'environnement (soit, à peine plus de 3% des entreprises de plus de 200 salariés), souvent dans le cadre d'opérations croisées qui concernent également d'autres champs de la philanthropie (solidarité, culture...).

Les sommes affectées à l'environnement dans le cadre du mécénat pratiqué par les entreprises de plus de 200 salariés, bien que significatives, restent modestes. La répartition des budgets, telle qu'elle ressort de l'enquête de 2005 est la suivante :

- solidarité : 55 %.
- culture : 34 %.
- environnement : 5 %.
- recherche : 4 %.
- sport : 2 %.

Pour cette année 2005, les budgets de mécénat affectés à l'environnement se sont élevés à **50 M €**, en comparaison des 340 M € affectés à la culture et des 550 M € affectés à la solidarité<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> Le « win-win » anglo-saxon.

<sup>17</sup> Les chiffres sont à prendre avec précaution, dans la mesure où ils proviennent d'enquêtes d'opinion. Ils ne concernent pas toutes les entreprises, loin s'en faut. Par ailleurs, les réponses des entreprises sont déclaratives, et, dans le domaine de la générosité, certaines entreprises ont parfois des réticences à afficher la totalité de leurs engagements ainsi que le montant de leurs participations financières.

<sup>18</sup> Selon *The Guardian*, le mécénat d'entreprise a représenté au Royaume-Uni, 1,39 milliard d'euros, pour la même année 2005.

<sup>19</sup> En 2003, l'ADMICAL avait évalué la part du mécénat consacrée à l'environnement à 4 % du budget global du mécénat, contre 56 % pour la culture et 39 % pour la solidarité, ces deux domaines étant les leaders incontestés dans le champ de la générosité.

Contrairement à une idée répandue, les entreprises mécènes ne sont pas que des grands groupes :

- 53 % des entreprises mécènes sont des PME (200 à 499 salariés),
- 15 % emploient de 500 à 999 salariés,
- 32 % emploient plus de 1 000 salariés.

En termes de budgets dédiés, le montant des sommes affectées au mécénat, toutes causes confondues, sont majoritairement le fait des grandes entreprises (50 % des budgets de mécénat proviennent des entreprises de plus de 1 000 salariés).

Parmi les entreprises mécènes de plus de 200 salariés qui ont répondu à l'enquête d'opinion, sur les vingt plus gros contributeurs, seulement huit se disent impliqués dans des opérations en faveur de l'environnement :

TF1, Total, EDF, Veolia, Caisse d'Epargne, Gaz de France, Groupe Banque Populaire, et Patagonia.

Les sommes affectées à l'environnement, dans le cadre du mécénat d'entreprise, concernent essentiellement l'éducation à l'environnement, qui, pour les besoins de l'enquête, ont été regroupées par l'institut CSA avec les opérations de communication :

- éducation à l'environnement : 65,3 %,
- préservation des sites naturels : 14,2 %,
- protection des espèces : 12,8 %,
- autres domaines : 7,7 %.

Pour l'éducation à l'environnement on trouve : la Fondation Nicolas Hulot, Nature et Découvertes, les skis Rossignol, E.Leclerc, Yves Rocher, Patagonia, EDF, GDF...

La préservation des sites naturels est soutenue par : le groupe Banque Populaire, EDF, GDF, Total, Crédit Agricole, Nature et Découvertes, Yves Rocher, Onyx...

La protection des espèces a le soutien de : Castorama, Lafuma, Tetra Pak, Canon, Caisse nationale des Caisse d'épargne, Bayer France, ASF...

La part du mécénat consacrée à l'environnement est modeste. Faut-il s'en offusquer ?

Oui, si l'on considère l'importance des enjeux actuels liés à « l'environnement ». Cependant, la place accordée à ce thème, pour peu satisfaisante qu'elle puisse être considérée, est logique. Les préoccupations liées à l'écologie et au développement durable sont relativement récentes.

L'opinion publique a été, paradoxalement, la première à ressentir l'importance de ces enjeux et à exprimer ses inquiétudes. Bien que les particuliers soient peu enclins à participer financièrement aux grandes causes en faveur de l'environnement, ils souhaitent que leurs préoccupations soient rapidement prises en compte. Pour cela, ils ont tendance à se tourner vers les associations et les pouvoirs publics et se félicitent de l'engagement des entreprises.

Les associations de protection de l'environnement ont précédé les politiques pour dire la gravité de la situation.

Actuellement, les entreprises, parfaitement conscientes des enjeux, investissent dans le mécénat en soutien aux politiques de protection de l'environnement. Elles le font de façon réfléchie et avec prudence.

Les domaines d'intervention du mécénat les plus utiles dans le champ de l'environnement sont encore mal définis, les porteurs de projets peu identifiés, la reconnaissance du rôle des entreprises trop souvent négligée.

#### **4.5 Agir et entreprendre dans la perspective des vingt années à venir**

On est, aujourd’hui, dans une situation radicalement nouvelle, sans précédent historique. Les enjeux environnementaux sont devenus prioritaires. Ils ont envahi le champ politique, sans que l’on puisse espérer, à échéance prévisible, le moindre retour à une situation plus apaisée (changement climatique, épuisement des ressources fossiles, développement des énergies alternatives, accès à l’eau potable...).

Dans ce contexte inédit, le rôle des entreprises est à repenser globalement, pour faire face aux urgences que la société doit désormais prendre en compte<sup>20</sup>.

Pendant longtemps le dogme de l’entreprise a été de considérer que le profit était, par nature, destiné aux salariés (un peu) et aux actionnaires (un peu plus...). Désormais, l’entreprise, dans une conception économique basée sur une nouvelle compréhension des réalités sociales et des enjeux mondiaux, élargit le cercle de ses partenaires, en répondant plus largement aux attentes de la société.

Le mécénat d’entreprise ne peut être compris et mis en oeuvre efficacement que dans le cadre d’une réflexion à vingt ou trente ans, période relativement courte et incompressible pour aborder les enjeux de l’écologie et du développement durable, et pour faire évoluer les mentalités.

Le ministère de l’Écologie a, dans ce contexte, une responsabilité éminente vis-à-vis des générations futures, et un rôle à jouer pour faciliter et organiser le dialogue entre le monde de l’environnement et le monde de l’entreprise.

---

<sup>20</sup> « C'est bien d'un changement de mentalités qu'il s'agit. Les entreprises doivent comprendre le rôle complémentaire qu'elles ont à jouer pour participer au lien social, et prendre une part plus active dans les actions d'intérêt général, dont l'Etat n'a plus le monopole. », Claude Bébéo, président du conseil de surveillance d'Axa, président de l'Institut du mécénat de solidarité - IMS – Entreprendre pour la Cité.

## **5 DES OPÉRATIONS INTÉRESSANTES MAIS DISPERSES**

Il est intéressant de constater que de nombreux acteurs de l'environnement ont eu recours, à un moment ou à un autre, au mécénat d'entreprise.

### **5.1 Les pionniers du mécénat**

Quelques organismes conduisent des opérations de partenariat avec des entreprises de façon très professionnelle.

#### ➤ *La Fondation Nicolas Hulot*

C'est le cas de la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme qui vit en grande partie du mécénat. La notoriété de son président-fondateur n'est évidemment pas étrangère à ce succès.

La Fondation Nicolas Hulot est une fondation médiatisée et télévisuelle. Elle bénéficie indistinctement des émissions Ushuaïa programmées par TF1, des prises de positions et des engagements politiques de son mentor.

Au-delà de ces avantages indéniables, la Fondation Nicolas Hulot fait en permanence la preuve d'un dynamisme rarement mis en défaut. Les campagnes de sensibilisation sont permanentes, notamment en direction des scolaires.

Ceci permet à la Fondation d'avoir des exigences vis-à-vis des entreprises. Les candidats mécènes doivent montrer patte blanche. Ils sont plusieurs dizaines à se présenter chaque mois. Le premier critère de sélection tient au montant de l'engagement financier proposé. Selon la réponse apportée à ce premier test, l'entreprise peut espérer figurer parmi les *partenaires fondateurs*, les *partenaires programmes*, les *partenaires opérationnels* ou rejoindre le *club des partenaires PME*.

La Fondation Nicolas Hulot dispose d'une charte déontologique qui permet de vérifier l'engagement de l'entreprise en faveur de l'environnement. Les opérations « produits-partage » sont systématiquement écartées.

Le responsable des partenariats de la Fondation est un haut fonctionnaire qui a passé une partie de sa carrière professionnelle en entreprise.

#### ➤ *La Fédération française de la randonnée pédestre*

La Fédération française de la randonnée pédestre (FFRP) est devenue, au cours des quinze dernières années, un grand professionnel du partenariat avec les entreprises, notamment grâce à un soutien sans faille de la Fondation d'entreprise Gaz de France.

Le partenariat de la FFRP a toujours été vécu et organisé par ses dirigeants comme un moyen d'accompagner une stratégie de développement. Actuellement la FFRP entretient 180 000 km de sentiers pédestres (GR, GR de pays et PR) et compte 183 000 licenciés. Son activité couvre l'ensemble du territoire national.

La Fédération a diffusé plus de 500 000 topo-guides en 2004. Elle emploie plus de 6 000 bénévoles.

Enfin, la FFRP a une excellente politique de communication. Tous ces atouts font de la FFRP un partenaire enviable pour les entreprises.

#### ➤ *Le Conservatoire du littoral*

Le Conservatoire du littoral, avec près de quinze entreprises mécènes, fait également preuve d'un grand professionnalisme.

Les opérations sont soigneusement sélectionnées, nombre d'entre elles sont validées par le Conseil scientifique de l'établissement. Le Conservatoire organise, chaque année, un voyage des mécènes pour leur faire découvrir les sites de son patrimoine. La politique de communication du Conservatoire est fortement relayée par la presse.

➤ *Réserves naturelles de France*

Les réserves naturelles bénéficient d'un partenariat avec la Fondation EDF, depuis le début des années 90, parfaitement rodé et efficace.

## 5.2 Des politiques de mécénat en cours de développement

Certains organismes cherchent avec plus ou moins de bonheur à structurer leur politique de mécénat.

➤ *Les parcs nationaux*

Les politiques de mécénat conduites par les parcs nationaux ont fortement varié en fonction des parcs, de leurs dirigeants, des époques.

Le parc national de Port-Cros conduit des opérations de partenariat, depuis une quinzaine d'années, avec la Fondation Total, sans que cela ait apparemment posé de problèmes de déontologie. Depuis deux ou trois ans, le parc a engagé des opérations avec d'autres partenaires (Fondation Banque Populaire, Crédit Agricole...). Une volonté de structurer les partenariats est nettement perceptible.

Le parc national des Écrins, après une tentative malheureuse, qui remonte au début des années 90, a provisoirement renoncé à se rapprocher des entreprises.

Le parc des Cévennes, au nom d'une certaine conception de l'éthique, hésite à s'engager.

Le parc de la Vanoise et le parc du Mercantour se sont avancés timidement dans la voie du mécénat. Des projets sont en cours.

A ce jour, les parcs nationaux ne disposent pas de doctrine claire en matière de mécénat. Ceci est d'autant plus regrettable, que les parcs nationaux disposent d'atouts exceptionnels. Ils conduisent des politiques de protection exemplaires et bénéficient d'une excellente image. De surcroît, ils sont bien ancrés dans des territoires à forte identité.

La création de « Parcs nationaux de France », établissement public dont la mission est de fédérer et de donner un nouvel élan aux parcs nationaux, devrait être l'occasion de repenser la relation entre les parcs et les entreprises.

➤ *Les parcs naturels régionaux*

Les PNR se trouvent dans une situation particulière. Chaque parc régional a son autonomie et dépend largement de la volonté des élus locaux et régionaux. Les décisions de partenariat nécessitent légitimement l'approbation des élus.

Par contre, le label PNR est un label d'État et tout partenariat effectué par l'un des 45 PNR actuels a des répercussions en termes d'images sur le réseau dans son ensemble. D'où de difficiles ajustements entre les parcs et la Fédération.

Les expériences de mécénat sont nombreuses mais peu coordonnées.

Le territoire des PNR concerne 3 600 communes, 68 départements, 22 régions et 300 000 entreprises, dont 70 000 liées au monde agricole. Ce tissu économique exceptionnel devrait logiquement conduire les PNR et la Fédération à inventer une politique audacieuse de rapprochement avec les entreprises, d'autant que c'est là une des vocations des parcs régionaux.

➤ *Grands Sites de France*

Le réseau grand Sites de France est relativement récent, puisque sa création remonte à 2000. La volonté de ses dirigeants est de rapidement structurer une politique de mécénat ambitieuse, en s'appuyant notamment sur l'image de marque « Grands Sites ».

Les résultats obtenus en très peu de temps avec la Fondation Gaz de France, la Caisse des Dépôts et Consignations, Veolia Environnement laissent bien augurer du succès des démarches entreprises.

➤ *La Ligue pour la protection des oiseaux*

La LPO fait traditionnellement appel à la mobilisation des particuliers, qu'il s'agisse de bénévolat, de création de refuges LPO, de campagnes de souscriptions. L'association compte plus de 35 000 membres et diffuse des revues de qualité.

Le mécénat d'entreprise s'est développé avec succès, notamment avec Nature et Découvertes, mais il est, sans doute, encore trop peu diversifié et pas encore au niveau qu'il pourrait légitimement espérer.

Il existe, actuellement à la LPO une volonté assez forte de développer les partenariats avec les entreprises.

### **5.3 Une structuration insuffisante**

Pour beaucoup d'autres associations, les opérations sont souvent dispersées et conduites sans vision d'ensemble. Bien souvent, le mécénat est considéré comme un appoint ou un pis-aller. Les responsables ne savent pas à qui s'adresser, ont du mal à formuler des projets, se méfient des entreprises qu'elles contactent.

Globalement, le domaine du mécénat en faveur de l'environnement est encore peu structuré, peu reconnu, peu encouragé.

## **6 LES PERSPECTIVES OUVERTES PAR LA « LOI AILLAGON »**

La loi du 4 juillet 1990<sup>21</sup> a créé, à côté des fondations sous égide et des fondations reconnues d'utilité publique (RUP), une nouveau régime juridique spécialement conçu pour les entreprises qui souhaitent s'engager dans le mécénat, sous la forme de « fondations d'entreprises ».

La loi prévoit pour la fondation d'entreprise un cadre bien défini, qui vise à assurer la qualité et la pérennité des actions de mécénat :

- engagement initial de 5 ans minimum, avec possibilité de prorogations successives de 3 ans minimum,
- élaboration d'un programme pluriannuel couvrant la durée de l'engagement,
- engagement financier de 150 000 € minimum, pour le programme pluriannuel initial.

La loi de 1990 a été amendée successivement par la loi sur les musées de France du 4 janvier 2002<sup>22</sup> et par la loi du 1<sup>er</sup> août 2003<sup>23</sup>.

### **6.1 La loi Aillagon**

La loi Aillagon, votée par le Parlement en août 2003, a profondément transformé le régime du mécénat, tant pour les entreprises que pour les particuliers. A noter que le texte du projet de loi a été négocié entre le ministère de la Culture, le ministère de l'Intérieur et les Finances. Il ne semble pas que le ministère de l'Écologie et du développement durable (MEDD) ait été associé aux discussions.

La loi a simplifié les procédures de création des fondations et considérablement amélioré le régime fiscal en faveur des donateurs.

Les avantages financiers accordés aux particuliers et aux entreprises constituent ce que l'on a coutume d'appeler « *le moteur fiscal* » du mécénat.

#### *➤ Exonérations fiscales concernant les entreprises*

Depuis la promulgation de la loi, les entreprises qui contribuent à des opérations de mécénat au profit d'organismes d'intérêt général, dans le cadre des dispositions définies par l'article 238 bis du code général des impôts, bénéficient d'un crédit d'impôt de 60 % du montant de leur versement, dans la limite de cinq pour mille de leur chiffre d'affaires. Ce nouveau régime équivaut à un quasi doublement de la déduction fiscale accordée aux entreprises<sup>24</sup>.

Ceci qui signifie, qu'aujourd'hui, pour un versement de 1 M €, l'entreprise bénéficie d'une réduction d'impôt de 600 000 €. Le montant net de sa contribution, après impôt, se monte à 400 000 €.

<sup>21</sup> Loi n° 90-559 du 4 juillet 1990 sur la création des fondations d'entreprise, complétée par un décret d'application du 30 septembre 1991.  
<sup>22</sup> Loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France.

<sup>23</sup> Loi n° 2003-709 du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations.

<sup>24</sup> La loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat prévoyait la possibilité pour les entreprises de déduire de leur bénéfice imposable, dans la limite de 2 pour mille de leur chiffre d'affaires, les versements effectués au profit de la défense de l'environnement..

## **Article 238 bis du CGI**

1 - « Ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60% de leur montant les versements, pris dans la limite de cinq pour mille du chiffre d'affaires, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés au profit :

a) d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises...,

b) de fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou des musées de France et répondant aux conditions fixées au a,

c) lorsque la limite fixée au premier alinéa est dépassée au cours d'un exercice, l'excédent de versement peut donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants, après prise en compte des versements effectués au titre de chacun des exercices, sans qu'il puisse en résulter un dépassement du plafond défini au premier alinéa ».

L'impôt est une prérogative de puissance publique. Dans le cadre du mécénat, l'entreprise peut, par sa seule volonté, orienter une partie de son impôt en fonction de ses préférences et de sa volonté d'infléchir sa stratégie en faveur de tel ou tel cause d'intérêt général. Ceci peut s'analyser comme un véritable droit de tirage sur le Trésor Public, pour qui l'affectation du don se traduit par un manque à gagner, équivalent à 60 % de la valeur du don consenti par l'entreprise.

Du point de vue de la philosophie de l'action publique, ces dispositions fiscales ont une portée considérable, elles signifient que l'intérêt général, loin d'être le monopole de l'État, peut-être partagé et assumé par l'ensemble des acteurs économiques et sociaux de la Nation.

L'entreprise peut, à son gré, orienter une partie de son impôt vers les maladies orphelines ou la promotion du sport, la culture ou l'éducation à l'environnement.

Ceci n'est pas sans incidence pour ce qui concerne la défense de l'environnement. Sensibiliser les entreprises aux enjeux de l'écologie et du développement durable, dans le cadre du mécénat d'entreprise, c'est accroître l'effort des entreprises pour ces causes d'intérêt général, mais aussi... celui de l'État, qui y consacre une partie significative de l'impôt dû par les sociétés.

L'avantage pour les entreprises ne se limite pas à cette réduction d'impôt de 60 % du montant du don. La loi Aillagon, en définissant le régime fiscal du mécénat, autorise les entreprises à valoriser leurs opérations de mécénat, sous forme d'opérations de communication. S'il leur est interdit de faire de la publicité pour des marques commerciales, dans le cadre de cette communication, elles peuvent en revanche faire connaître leur engagement au profit des bénéficiaires du mécénat, en intégrant le coût de ces opérations dans leur budget de mécénat. Cette disposition est encadrée. La contrepartie autorisée est plafonnée à une valeur qui ne doit pas dépasser 25 % du montant des libéralités consenties par l'entreprise.

Si l'entreprise choisit de profiter de l'ensemble de ces avantages, le bonus tiré des opérations de mécénat peut s'élever à 85 % du montant des dons effectués (60 % sous forme de retour sur investissement par la réduction d'impôt, et 25 % des sommes consacrées au mécénat affectées à des opérations de communication).

Si cette dernière mesure est favorable aux entreprises, elle est également profitable aux bénéficiaires du mécénat. En faisant connaître son engagement, l'entreprise ne peut qu'engager d'autres entreprises à suivre la même voie. Sur un marché fortement concurrentiel, toutes les initiatives éthiques ou solidaires peuvent constituer pour les entreprises un facteur positif vis-à-vis des consommateurs, pouvant se traduire par la conquête de nouvelles parts de marché.

➤ *Exonérations fiscales concernant les particuliers*

La loi Aillagon a également augmenté les déductions fiscales accordées aux particuliers. Le montant de la réduction d'impôt est passé de 50 % à 66 % des sommes versées, avec un plafond qui est passé de 6 à 10 puis 20 % du revenu imposable.

**Article 200 du CGI**

1 - « *Ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66% de leur montant les sommes prises dans la limite de 20% du revenu imposable qui correspondent à des dons et versements, y compris l'abandon exprès de revenus ou produits, effectués par les contribuables domiciliés en France... au profit :*

*a) de fondations ou associations reconnues d'utilité publique et, pour les seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A, auquel appartient l'entreprise fondatrice, de fondation d'entreprise, lorsque ces organismes répondent aux conditions fixées au b,*

*b) d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel, ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises,*

*1bis - Lorsque les dons et versements effectués au cours d'une année excèdent la limite de 20%, l'excédent est reporté successivement sur les années suivantes jusqu'à la cinquième inclusivement et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions<sup>25</sup> ».*

La loi, de la sorte, doit s'analyser comme la mise en place d'un système élargi qui implique l'ensemble des acteurs de la société. Il s'agit d'une orientation politique forte, qui confère aux citoyens et aux entreprises un rôle essentiel dans la défense de l'intérêt général, qu'il s'agisse de la solidarité ou de la défense des grandes causes d'intérêt national.

## 6.2 Mesures fiscales spécifiques en faveur de la protection du patrimoine

➤ *L'affectation d'une part du produit des successions en déshérence au profit de la Fondation du patrimoine*

Le législateur a récemment défini des régimes dérogatoires au profit de certains organismes de protection du patrimoine. C'est le cas, notamment, pour la Fondation du patrimoine, qui a pour vocation d'aider à la restauration du petit patrimoine vernaculaire, qui ne fait pas l'objet de protections spécifiques de la part des pouvoirs publics.

**Article 1<sup>er</sup> du décret du 26 août 2004<sup>26</sup>**

« *Pour l'application des dispositions de l'article 7 de la loi du 2 juillet 1996, la fraction affectée chaque année à la Fondation du patrimoine du produit encaissé par l'État au titre des successions en déshérence qu'il appréhende est fixée comme suit :*

*a) en 2003, 30% du produit encaissé en 2002,*

*b) en 2004 et 2005, 40% du produit encaissé respectivement en 2003 et 2004,*

*c) à partir de 2006, 50% du produit encaissé l'année précédente. Le versement qui en résulte ne peut être inférieur à celui effectué au titre de l'année 2003, dans la limite toutefois de la totalité du produit encaissé l'année précédente ».*

<sup>25</sup> Le taux de réduction est porté à 75% pour les versements effectués au profit d'organismes sans but lucratif qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent, à titre principal, à la fourniture gratuite de soins (effectués par des membres des professions médicales agréées).

<sup>26</sup> Décret n° 2004-868 portant affectation d'une fraction du produit des successions en déshérence appréhendées par l'Etat à la Fondation du patrimoine.

Cette mesure, tout à fait remarquable dans son principe, garantit des ressources affectées à la Fondation du patrimoine. Elle témoigne également de la confiance accordée par l'État au secteur associatif.

La loi de finances rectificative 2006, a élargi l'attribution de labels, par la Fondation du patrimoine, aux sites paysagers. En fonction de ces nouvelles dispositions législatives, les dépenses d'entretien et de restauration engagées par les propriétaires pourront être défiscalisés, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2007.

➤ *La dation en paiement des droits de succession*

La dation en paiement des droits de succession, instaurée par la loi n° 68-1251 du 31 décembre 1968, est due à une initiative d'André Malraux, afin d'éviter la dispersion d'œuvres appartenant au patrimoine culturel national au moment des successions.

Créée initialement pour la protection des œuvres d'art, la dation en paiement des droits de succession a été étendue successivement aux espaces remarquables susceptibles d'entrer dans le patrimoine du Conservatoire du littoral et aux bois et forêts pouvant être intégrés dans le domaine forestier de l'État.

Ces dispositions fiscales dérogatoires au droit commun, s'apparentent dans leurs finalités aux dispositions fiscales également exceptionnelles dont bénéficient les entreprises dans le cadre du mécénat.

Elles indiquent clairement la voie suivie par les pouvoirs publics, depuis plusieurs années, pour faciliter une participation accrue des entreprises et des particuliers aux enjeux de protection de l'environnement.

## **7 LE MÉCÉNAT AU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION**

### **7.1 La « Mission du mécénat »**

Le ministère de la Culture et de la communication s'est doté d'une structure spécialement en charge de la politique du mécénat culturel.

La « Mission du mécénat », créée en août 2004, suite au vote de la loi Aillagon, est rattachée directement au ministre. Installée place de Valois, à Paris, elle est animée par trois cadres et deux secrétaires<sup>27</sup>.

La mission s'est fixée pour objectifs :

- de rapprocher les acteurs culturels du monde économique,
- de constituer une force de proposition pour faire évoluer la législation,
- d'être un observatoire du mécénat culturel en France.

La mission mécénat estime que le cadre juridique et fiscal de la loi Aillagon est insuffisamment connu. Elle s'emploie à largement faire connaître les dispositions de la loi.

➤ *Les « Jeudis du mécénat »*

La Mission du mécénat organise, tous les deux mois, les « *Jeudis du mécénat* » qui réunissent à Paris un large public autour de thèmes de réflexion concernant les différents aspects du mécénat : *Le mécénat de compétence ; Pourquoi les entreprises créent-elles des fondations ?*

### **7.2 Un réseau dense de correspondants**

Le ministère de la Culture et de la communication a désigné des correspondants mécénat dans différents organismes en charge de la culture.

➤ *Les directions régionales des affaires culturelles*

Un correspondant mécénat a été désigné dans chaque direction régionale des affaires culturelles (DRAC), ce qui a permis la mise en place d'un réseau décentralisé proche des territoires.

➤ *Les chambres de commerce et d'industrie*

Dans le même esprit, le ministère de la Culture et de la communication a signé, en mars 2005, une charte en faveur du mécénat culturel, avec l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI), avec un triple objectif :

- désigner dans chaque CCI un « correspondant mécénat », interlocuteur privilégié des DRAC et des acteurs culturels de la région,
- faire connaître aux chefs d'entreprises des PME/PMI les avantages du mécénat culturel,
- favoriser les contacts entre les acteurs économiques et culturels en valorisant les pratiques les plus intéressantes.

---

<sup>27</sup> A titre de comparaison, le service mécénat du Musée du Louvre compte 20 personnes, celui du Metropolitan Muséum de New York, 60 personnes.

#### ➤ *Les notaires*

Une autre convention a été signée avec le Conseil supérieur du notariat. Les notaires sont les principaux prescripteurs en matière de dons et de legs. Certains notaires estiment que plus de 90 % des particuliers qui veulent consentir une libéralité leur demandent conseil au préalable.

#### ➤ *Les experts comptables*

En novembre 2006, une convention de même nature a été signée avec le Conseil supérieur des experts-comptables qui dispose de correspondants dans les chambres régionales.

Les experts-comptables jouent vis-à-vis des entreprises un rôle sensiblement analogue à celui qui est tenu par les notaires vis-à-vis des particuliers, non tant pour orienter l'entreprise sur le choix des bénéficiaires du mécénat, que comme conseils en matière financière et fiscale.

Par son réseau de correspondants locaux, le ministère de la Culture et de la communication espère toucher un très vaste public, fortement diversifié.

### 7.3 Culture et environnement

Le chef de la Mission du mécénat au ministère de la Culture et de la communication, s'exprimant à titre personnel, indique ne pas voir d'obstacle à un rapprochement entre le ministère en charge de l'environnement et le ministère de la Culture et de la communication sur les thèmes du mécénat, dans la perspective de recherches de partenariats avec les entreprises.

Il fait remarquer que ce qui sous-tend l'engagement des entreprises est bien souvent le renforcement de l'attractivité des territoires. Dans ce cadre, patrimoine culturel et patrimoine naturel ont destin lié. Il est souvent difficile de faire la distinction entre patrimoine architectural, territoires cultivés, paysages remarquables et patrimoine naturel. Si le Mont-Saint-Michel et sa baie en sont l'exemple archétypique, nombre de lieux plus modestes en apportent la confirmation, notamment pour ce qui concerne les territoires ruraux qui intéressent particulièrement les acteurs de l'environnement. Qu'il suffise, à titre d'exemple, d'évoquer les Cévennes où habitats et territoires sont quasiment indissociables<sup>28</sup>.

La Fondation du patrimoine illustre bien cette double préoccupation à l'égard des patrimoines naturels et culturels. Elle pourrait utilement être associée au rapprochement entre le monde de la culture, le monde de l'environnement... et le monde des entreprises.

Le chef de la Mission mécénat estime à juste titre que, dans cette perspective, il peut être dangereux de trop se focaliser sur les grandes entreprises, et qu'il conviendrait d'avoir une politique d'ouverture ambitieuse vers les PME.

Le thème des jardins est fortement porté par le ministère de la Culture et de la communication, notamment à travers la manifestation annuelle « Rendez-vous aux jardins ». Il peut intéresser, au premier chef, le ministère en charge de l'environnement et du développement durable.

Le ministère de la Culture et de la communication pourrait se rapprocher du ministère de l'Énergie, du développement et de l'aménagement durables pour monter des opérations conjointes de partenariat avec les entreprises, en associant étroitement la protection du patrimoine naturel et la protection du patrimoine culturel.

De telles initiatives pourraient, par leur cohérence, avoir un fort impact auprès des populations et des collectivités locales.

<sup>28</sup> La Convention du patrimoine mondial de l'UNESCO, qui date de 1972, réunit dans un même texte la double nécessité d'assurer la sauvegarde du patrimoine naturel et culturel, et de préserver l'équilibre entre ces deux préoccupations.

## 8 LA LOGIQUE DES PORTEURS DE PROJETS

« *L'évolution du vivant exige de penser vite et d'agir encore plus vite* »

Jacques Weber  
Directeur de l'Institut français de la biodiversité

Tout porteur de projet doit faire la distinction entre les différentes expressions de la philanthropie. Les riches héritières sont peu nombreuses et pas toujours faciles à convaincre. Les campagnes de souscriptions font appel à des techniques particulières, souvent onéreuses et difficiles à mettre en œuvre.

Les entreprises obéissent à des critères qui leur sont propres. Il existe, aujourd’hui, une convergence forte entre les missions des défenseurs de l’environnement et les préoccupations des entreprises.

### ➤ *La faible prise en considération de l'environnement par les entreprises mécènes*

Le mécénat ne se décrète pas. Si le mécénat au profit de l’environnement est peu développé, c'est qu'il se vend mal.

Plutôt que de critiquer les entreprises pour une supposée inertie, mieux vaut s’interroger sur la manière dont les enjeux environnementaux sont expliqués, compris, partagés. Les domaines de la santé, de la solidarité, de la culture, du sport, de la recherche sont peu contestés, généralement mieux compris. Les sujets environnementaux sont fréquemment l’objet de débats idéologiques sans fin : la légitimité de la chasse qui oppose traditionnellement ruraux et urbains, la préservation du loup ou de l’ours, le développement économique et la protection des espaces sensibles... Les grands enjeux environnementaux ne sont pas plus épargnés par ces débats qui opposent de façon radicale les protagonistes, qu'il s'agisse du nucléaire, de l'épuisement des ressources fossiles, du changement climatique, du maintien de la biodiversité, de l'innocuité des cultures OGM, du rapport entre santé et environnement...

Le mécénat d’entreprise souffre de ces querelles idéologiques. Il peut, paradoxalement, devenir un outil de dialogue privilégié entre partenaires peu habitués à travailler ensemble.

Le développement du mécénat renvoie à la pertinence des programmes de recherche, à l’engagement de la puissance publique, à la qualité des politiques de communication des acteurs de l’environnement.

### 8.1 Le porteur de projet doit définir sa propre stratégie

Fréquemment, les associations se tournent vers les entreprises lorsqu’elles sont confrontées à des difficultés financières. Il s’agit souvent pour le porteur de projet de difficultés de trésorerie ou de frais de fonctionnement difficiles à honorer.

L’entreprise n’a aucune raison de répondre favorablement à de telles sollicitations. Elle aurait tort de le faire.

Le mécénat, pour le porteur de projet, doit impérativement s’inscrire dans une stratégie de développement.

En premier lieu, le bénéficiaire du mécénat doit apporter la preuve de la pertinence et de l’intérêt de son projet. Un projet mal conçu ou peu convaincant a toute chance d’être écarté par l’entreprise. Et, d’une certaine façon, il faut s’en réjouir.

Le partenariat avec l’entreprise est également, pour le porteur de projet, l’occasion de se professionnaliser.

Quelques dispositions simples peuvent aider le porteur de projet dans sa démarche :

➤ *Charte du mécénat*

Tout porteur de projet a intérêt à élaborer, pour son propre usage, une « Charte du mécénat » pour préciser le positionnement de la structure à laquelle il appartient, vis-à-vis des entreprises. Il ne s'agit pas de dresser la liste des entreprises fréquentables ou des entreprises à exclure, mais de définir une doctrine qui fixe le champ des opérations éligibles au partenariat, la façon de rédiger les conventions passées avec les entreprises, les conditions d'évaluation des projets...

➤ *Chargé de mission mécénat*

La conduite des opérations de mécénat ne peut s'effectuer dans de bonnes conditions que si une personne responsable est clairement identifiée. Il y a donc intérêt à désigner un cadre de bon niveau, apte au dialogue, en mesure de nouer des relations suivies avec les entreprises, de sensibiliser les personnels en interne aux projets en cours, de veiller à la bonne réalisation des opérations de partenariat.

Si le directeur de l'association ou de l'établissement public bénéficiaire du mécénat est nécessairement impliqué dans les négociations avec les entreprises, il n'est ni nécessaire ni souhaitable qu'il soit directement en charge de la politique du mécénat et du suivi des opérations, qui demandent une forte disponibilité.

➤ *Programme de mécénat*

Tout porteur de projet a intérêt à définir de façon précise... les projets à soumettre aux entreprises. Ceux-ci doivent, dans la mesure du possible, s'inscrire dans une stratégie globale et à long terme du bénéficiaire. Le mécénat doit-il accompagner des programmes de recherche, une politique de communication, la restauration de milieux fragiles... ?

Le mécénat ne doit pas s'appliquer à tout et n'importe quoi. Il faut choisir, éliminer, définir des priorités, les programmer dans le temps. Le porteur de projet a intérêt à définir une véritable stratégie de développement qui implique une vision claire de ses objectifs à long terme.

➤ *Le choix des partenaires*

Une fois ses objectifs définis, le porteur de projet doit s'interroger sur les entreprises à solliciter. Aucun projet, si intéressant soit-il, ne peut être imposé à une entreprise. Il faut donc commencer par s'interroger sur... les motivations de l'entreprise.

L'intérêt de l'entreprise est-il compatible avec les souhaits exprimés par le porteur de projet ? Comment privilégier un engagement durable de l'entreprise ? Quels retour sur investissement le porteur de projet peut-il apporter à l'entreprise<sup>29</sup> : visites de terrain, organisation de manifestations, sensibilisation des personnels de l'entreprise à une cause d'intérêt général...

➤ *Le suivi-évaluation*

Peu d'associations de protection de l'environnement se préoccupent de rendre des comptes à l'entreprise une fois le financement acquis, ce qui est le meilleur moyen d'écourter le partenariat.

Peu d'associations sont en mesure de présenter un bilan détaillé des opérations de mécénat conduites au cours des années passées. Pour en savoir plus, mieux vaut se tourner vers le témoignage et la mémoire des agents les plus anciens.

Les opérations sont rarement évaluées une fois achevées, ce qui exclut toute analyse critique sur la pertinence des partenariats engagés. Evaluations et bilans sont indispensables à la professionnalisation des porteurs de projets.

---

<sup>29</sup> Elisabeth Delorme, déléguée générale de la Fondation d'entreprise Gaz de France, apporte une nuance intéressante lorsqu'elle dit qu'elle préfère ne pas parler de « retour sur investissement, mais de retour sur engagement ».

## 8.2 Recommandations

Les expériences menées depuis une quinzaine d'années par les bénéficiaires du mécénat en faveur de l'environnement, permettent d'esquisser quelques règles de conduite.

**R.1** - Le mécénat ne doit pas se transformer en course au trésor, ou en jeu, façon *Inter-villes*, ou, *Qui veut gagner des millions ?* Une opération de mécénat ne se juge pas au montant financier accordé par le mécène, mais à la pertinence du projet<sup>30</sup>.

Le mécénat est un édifice à trois pieds : le bailleur, le bénéficiaire, le projet.

Le bailleur et le bénéficiaire doivent, l'un et l'autre, être au service du projet.

**R.2** - Il n'existe pas de « *mauvais mécène* » à inscrire sur une liste noire, comme on le pense trop souvent, par contre il peut y avoir de mauvais mariages.

Il peut exister, dans certains cas, des incompatibilités d'objectifs ou d'images entre le mécène et le porteur de projet. Le danger, dans ce cas, affecte indifféremment les deux partenaires.

**R.3** - Un bon partenariat doit impérativement être gagnant / gagnant. L'entreprise doit y trouver son compte, au même titre que le porteur de projet.

Le mécénat doit être un moyen pour l'entreprise d'accompagner et de renforcer sa stratégie en faveur du développement durable.

**R.4** - On a coutume de classer le mécénat par grands domaines : environnement, social, santé, culture, sport.

De plus en plus d'opérations répondent simultanément à plusieurs logiques. Favoriser l'emploi ou la réinsertion de jeunes ou de personnes en difficultés dans le cadre d'opérations de réhabilitation de milieux naturels relève du mécénat environnemental et du mécénat social. Une pareille mixité peut également être mise en œuvre en associant l'environnement et la culture, la santé et l'environnement...

La mixité des thématiques élargit le champ des partenariats envisageables.

**R.5** - Il est dangereux de faire une fixation sur les grandes entreprises, au motif que les grands groupes disposent de gros moyens financiers. Une entreprise, grande ou petite, ne donne pas parce qu'elle est « riche », elle soutient une opération lorsque le projet est pertinent.

Dans le champ de l'écologie et du développement durable, les TPE/PME sont parfaitement positionnées pour soutenir des projets ciblés, de moindre envergure ou plus étalés dans le temps.

**R.6** - Il est particulièrement risqué de faire appel au mécénat pour couvrir les dépenses de fonctionnement de l'organisme bénéficiaire. Le mécénat est un acte volontaire, dont la pérennité dépend exclusivement du partenaire mécène.

Il est préférable de privilégier les programmes d'investissement et ceux qui concourent au développement de l'activité du bénéficiaire, en gardant à l'esprit que le porteur de projet doit s'assurer de la durabilité de son activité, avec ou sans mécène.

<sup>30</sup> Gilles Clément, méfiant au départ vis-à-vis du mécénat d'entreprise, a été convaincu lorsqu'il a pu constater que « le mécénat était un partage de réflexion autant qu'un apport d'argent ».

**R.7** - Il est possible d'associer plusieurs entreprises à la réalisation d'un projet commun, avec la constitution de « clubs de mécènes ».

Contrairement à une opinion répandue, les entreprises ne sont pas systématiquement hostiles à ce genre de montage, si le « retour sur investissement » pour les uns et pour les autres est étudié avec soin.

Ce type de montage peut s'appliquer avec succès sur des territoires à forte identité<sup>31</sup>.

**R.8** - Le mécénat ne se traduit pas obligatoirement par un apport d'argent du mécène au bénéficiaire. A côté du mécénat financier, il existe des mécénats en nature ou de compétence<sup>32</sup>.

Les partenariats les plus solides, ceux qui engagent le plus fortement les entreprises, font de plus en plus appel à ce type de « bouquets de mécénat ».

**R.9** - Peu de porteurs de projets jugent utile d'effectuer des bilans précis des opérations de mécénat conduites en cours d'année. Le mécénat est souvent considéré comme une activité périphérique, inutile à évaluer.

Il est souhaitable que les bénéficiaires du mécénat fassent des bilans réguliers et détaillés des opérations dont ils ont bénéficié, en montrant les aspects positifs ou les insuffisances, en tirant les conséquences de choix inadaptés.

**R.10** - Dans le but de structurer leurs démarches vis-à-vis des entreprises, il est conseillé aux associations et organismes qui s'engagent dans des politiques de mécénat d'établir une « Charte du mécénat », celle-ci n'ayant pas pour but de définir les entreprises « fréquentables » mais de clarifier le *modus operandi* des porteurs de projet : types d'opérations éligibles, durée et modalités des conventions, processus de décision...

**R.11** - Dans le même esprit, il peut être intéressant pour le porteur de projet de créer un « Comité d'orientation du mécénat » au sein de sa propre structure, afin d'associer aux décisions différentes catégories de personnel, éventuellement des personnalités extérieures, afin d'assurer la pertinence et la cohérence des démarches entreprises.

Les recommandations qui suivent ne doivent pas être considérées comme les Tables de la Loi. Il est nécessaire de les enrichir, en fonction de la nature des projets et de la diversité des partenaires. Dans cette perspective, une proposition supplémentaire peut être avancée :

**R.12** - A l'initiative de quelques porteurs de projets, pourrait être créé un collectif ou un club « Entreprises et environnement », lieu de dialogue et d'échanges.

Si l'on veut institutionnaliser ce lieu de rencontre, le pilotage devrait être confié à une structure couvrant assez largement le champ de l'environnement.

<sup>31</sup> La chaîne touristique Vacances Bleues a créé l'association « Mécènes du Sud », qui regroupe une trentaine d'entreprises et dont le siège est à Marseille.

<sup>32</sup> Dans le cadre du mécénat de compétence, l'entreprise peut bénéficier des réductions d'impôt en vigueur, correspondant à la valorisation des services fournis.

## 9 LA LOGIQUE DES ENTREPRISES MÉCÈNES

*« Les entreprises ont trois bonnes raisons de s'engager davantage : parce qu'elles peuvent changer les choses, parce que la société le leur demande, parce que c'est leur intérêt bien compris».*

Philippe Laget  
Directeur du développement durable  
à la Société Générale

Le mécénat ne doit en aucun cas être une façon pour l'entreprise de faire ses bonnes œuvres au profit d'organismes nécessiteux. Ce temps est révolu. On devrait en bonne logique assister à un renversement des comportements, dans la mesure où les opérations de mécénat ne devraient plus être prioritairement l'objet de sollicitations de la part des acteurs de l'environnement mais des entreprises elles-mêmes.

Pour l'entreprise l'engagement en faveur du mécénat devrait résulter d'un constat et d'un engagement stratégique :

- le constat, c'est la véritable « rupture » à laquelle nous assistons, au niveau mondial, dans les domaines de l'écologie et du développement durable. Plus personne ne peut ignorer l'ampleur des défis auxquels nous sommes désormais confrontés, particuliers, collectivités, entreprises...
- l'engagement stratégique pour l'entreprise, consiste à tirer toutes les conséquences de ces bouleversements, en adaptant ses capacités de réactivité. Le mécénat est une façon pour l'entreprise de nouer différemment le dialogue avec la société. C'est une façon de mobiliser les salariés, de rencontrer d'autres publics, de mieux comprendre les aspirations de l'opinion, d'anticiper, d'innover, de prospecter, de confronter les cultures, de déchiffrer un avenir en pleine évolution... C'est une occasion, dans un marché fortement concurrentiel, de faire connaître ses métiers et reconnaître ses performances<sup>33</sup>.

Faut-il considérer que le mécénat coûte à l'entreprise ou, au contraire, comme nous le pensons, qu'il s'agit d'un investissement durable et... rentable ? Le même débat a animé les esprits pour la formation professionnelle des salariés aux frais de l'entreprise, mesure considérée initialement comme coûteuse, qui s'est révélée être un investissement de première importance en termes de compétitivité.

Le mécénat est un nouveau mode de prospection, d'anticipation, de communication que l'on enseignera très certainement dans les universités, avant peu, au titre des critères de bonne gouvernance.

Plus prosaïquement, les défis environnementaux mettent en danger les entreprises. Celles qui ne sauront pas s'adapter à un environnement multiforme et changeant auront du mal à affronter la concurrence.

A ce titre le mécénat environnemental a une forte spécificité par rapport aux autres formes de mécénat.

---

<sup>33</sup> L'entreprise Vinci (numéro 1 mondial de la construction) a financé à hauteur de 12 M€ la restauration de la Galerie des Glaces du Château de Versailles, en posant comme condition de faire appel à ses filiales et à ses corps de métiers pour réaliser les travaux, façon originale et performante de faire reconnaître son savoir-faire.

## **9.1 Solidarité, culture ou environnement ?**

L'entreprise a le choix de ses engagements en matière de mécénat. Certaines opérations sont actuellement considérées comme « rentables », d'autres moins.

- Le mécénat social et humanitaire fait l'unanimité. Il s'agit essentiellement d'un mécénat de compassion. Personne ne songerait à critiquer le soutien à la recherche médicale en faveur des maladies orphelines, de l'aide apportée aux enfants autistes, aux mal logés, à l'insertion des handicapés, aux secours destinés aux populations victimes de catastrophes naturelles. Il s'agit de sujets fortement consensuels.
- Le mécénat culturel est sans risque pour l'entreprise. Il s'agit d'un mécénat de prestige. Soutenir une grande exposition, restaurer un élément majeur du patrimoine national, aider au développement du chant choral ou accompagner des troupes de jeunes acteurs, toutes ces opérations sont valorisantes. Le retour sur investissement ne présente guère de difficultés. La presse se fait facilement l'écho de telles initiatives.
- Le mécénat au profit de l'environnement est une forme de mécénat plus ambitieuse, qui demande un engagement plus réfléchi et plus exigeant de la part de l'entreprise. Il s'agit d'une forme émergeante du mécénat qui va progressivement s'imposer aux acteurs de l'économie.

Le mécénat environnemental a un avantage par rapport à d'autres formes de mécénat, lorsqu'il s'agit d'entreprises. Son principal atout, c'est précisément les difficultés qu'il doit surmonter. Il s'agit d'un mécénat responsable, qui, tôt ou tard, implique fortement l'entreprise. Il est le signe d'un engagement qui, pour être totalement crédible, doit être global, au risque de produire des effets inverses aux objectifs recherchés.

## **9.2 Les motivations de l'entreprise**

### *➤ La mobilisation des personnels et le développement de la culture d'entreprise*

Toute communauté de travail a besoin de partager des valeurs pour améliorer les relations entre les personnels, forger une identité spécifique à l'entreprise, offrir une ouverture sur le monde qui permette aux salariés de transcender le quotidien.

Cette recherche d'identité et de culture partagée se développe dans de très nombreuses entreprises, sous des formes diverses. C'est le cas, notamment, pour la Fondation d'entreprise Veolia Environnement qui fait parrainer la totalité de ses projets de mécénat par des salariés du Groupe. Le mécénat constitue un motif de fierté et d'engagement pour les personnels.

### *➤ L'image de l'entreprise vis-à-vis de l'extérieur*

Le mécénat contribue, de façon plus ou moins affirmée suivant la façon dont il est mené, à l'image de l'entreprise. Ceci conduit les entreprises à sélectionner leurs partenaires avec soin, en fonction de la notoriété de l'organisme bénéficiaire, de sa politique de communication, de la nature de ses missions. Les causes environnementales, trop longtemps négligées, répondent de plus en plus fortement aux critères d'adhésion spontanés de l'opinion et aux notions d'intérêt collectif.

### *➤ La mise en valeur d'une stratégie globale de développement durable*

Pour l'entreprise le mécénat ne devrait être, dans le meilleur des cas, que la signature d'une politique affirmée en faveur du développement durable. Le mécénat n'est pas le cœur de métier de l'entreprise, il est l'expression d'un engagement, d'une éthique.

Compte tenu de l'avalanche de réglementations nationales et européennes, en matière de sécurité, de contrôle des pollutions, de qualité des produits, l'entreprise est contrainte de se conformer en permanence à de nouvelles normes. Le respect de l'environnement et le souci du développement durable deviennent des impératifs économiques pour l'entreprise, qui, si

elle veut améliorer ses performances, doit en permanence anticiper ses projets d'investissement<sup>34</sup>.

Le comportement vertueux en matière d'environnement a aussi des vertus économiques, notamment pour les économies d'énergie, l'amélioration des processus de fabrication, le recyclage des déchets...

#### ➤ *La notation extra-financière*

Le comportement éthique et solidaire a une valeur économique. De plus en plus, les entreprises, comme leurs actionnaires, sont sensibles aux performances écologiques dans le cadre des notations extra-financières.

La loi NRE sur les nouvelles régulations économiques<sup>35</sup> contraint les entreprises françaises cotées sur un marché réglementé à présenter à leurs actionnaires un bilan sur leurs performances environnementales. Des systèmes de notations spécifiques ont été créés par des agences spécialisées<sup>36</sup> afin de déterminer le niveau de responsabilité de l'entreprise au regard du développement durable.

### 9.3 Recommandations

Les entreprises manifestent de plus en plus d'intérêt pour les questions liées à l'environnement. La protection de la nature, la sauvegarde de la biodiversité, les divers défis du développement durable (logement, transport, ressources énergétiques, changement climatique...) mettent en cause des stratégies de plus en plus complexes.

Le mécénat environnemental, pour être utile, doit s'organiser et devenir de plus en plus ciblé, de plus en plus professionnel. Pour cela l'entreprise doit faire preuve d'exigence vis-à-vis des porteurs de projets, mais également d'audace et de perspicacité.

Pour parler en termes économiques, l'environnement, de toute évidence, est un marché porteur.

#### R.1 - Le mécénat se construit et se fortifie dans la durée.

Toute entreprise qui souhaite pratiquer le mécénat doit le concevoir dans le cadre d'une stratégie globale et de long terme, si elle souhaite en tirer le meilleur profit. Les opérations sans lendemain sont également des opérations sans profit.

Des conventions de 3 ans, voir de 5 ans pour des projets plus ambitieux, renouvelables, répondent au souci de pérennité et de souplesse, tout en préservant la possibilité pour l'entreprise de retrait en cas de manquements de la part des bénéficiaires.

Ceci n'exclut pas de commencer par des opérations modestes et bien ciblées, afin de mieux connaître son partenaire.

#### R.2 – Il existe différentes façons pour l'entreprise de valoriser son mécénat :

Le mécénat doit prioritairement porter les valeurs de l'entreprise<sup>37</sup>.

L'entreprise à intérêt à se forger, pour identifier ses actions de mécénat, des concepts fédérateurs en adéquation avec les valeurs et les métiers de l'entreprise<sup>38</sup>.

La remise régulière d'un prix de prestige peut porter le nom de l'entreprise mécène et contribuer à sa notoriété<sup>39</sup>.

<sup>34</sup> Le Centre des jeunes dirigeants d'entreprises (CJD), de longue date engagé en faveur du mécénat, défend l'idée d'une « performance globale de l'entreprise ».

<sup>35</sup> Loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques.

<sup>36</sup> Vigeo, BMG CoreRatings, Innovest.

<sup>37</sup> La Caisse des Dépôts et Consignations qui finance 80% du logement social en France a choisi l'axe de la *solidarité*, le thème de la *communication* a été retenu par la Fondation France Télécom, la *convivialité* par les champagnes Devaux, partenaire du festival « Les Nuits de Champagne ».

<sup>38</sup> Natexis – Banques populaires, qui a financé la restauration des deux Globes de la terre et du ciel réalisés pour Louis XIV, transférés à la Bibliothèque François Mitterrand, communique sur le thème « Patrimoine d'hier, trésor d'avenir ».

<sup>39</sup> C'est le cas du Prix Bloomberg (agence mondiale d'informations financières) en faveur de la danse contemporaine en Grande-Bretagne.

**R.3** - L'entreprise trouve toujours avantage à associer ses propres salariés aux opérations de mécénat qu'elle conduit. L'environnement et le développement durable sont des thèmes transversaux qui concernent indifféremment tous les citoyens.  
Le mécénat est une ouverture sur l'extérieur, un facteur de cohésion sociale et une source reconnue de motivation professionnelle au sein de l'entreprise.

**R.4** - L'entreprise peut avoir intérêt à coupler mécénat financier et mécénat de compétence, afin de mieux impliquer les salariés dans le suivi des projets, et aider les bénéficiaires à professionnaliser leurs démarches.

**R.5** - Un suivi/évaluation régulier et rigoureux des programmes par l'entreprise, pour accompagner le bénéficiaire, est nécessaire pour s'assurer du bon déroulement des opérations conduites en commun.

**R.6** - Pour l'entreprise, le mécénat est un investissement et un pari sur l'avenir, un risque (limité) et une opportunité.  
Une entreprise peut consolider son image de marque et renforcer sa notoriété en s'investissant sur des projets d'avenir qui peuvent avoir des répercussions sur sa propre activité industrielle ou commerciale. Il est de son intérêt de sélectionner des thèmes innovants, ou peu pris en compte, afin de marquer sa différence.

**R.7** - Le mécénat peut aider à la création d'emplois et à la réinsertion sociale en soutenant des projets en faveur de l'environnement et du développement durable (chantiers de volontaires, brigades nature, conseillers en écologie, opérateurs en milieu urbain...).  
Ceci peut favoriser un renforcement des liens avec les collectivités locales.

**R.8** - L'entreprise peut diversifier les formes de mécénat, en développant le mécénat en nature, par une aide aux porteurs de projets qui éprouvent des difficultés à disposer de locaux, d'équipements... Ce type de mécénat peut également se traduire par la remise de matériels ou de produits fabriqués par l'entreprise.

**R.9** – Le mécénat environnemental est encore dans une période d'apprentissage et d'expérimentation. Il n'est pas sûr que l'entreprise ait intérêt à jouer de façon solitaire. L'échange d'expériences peut se révéler profitable pour les uns et pour les autres.  
Ceci devrait conduire à multiplier, sur le modèle de ce qui existe déjà (ADMICAL, Orée, Entreprises pour l'environnement, Entreprises et biodiversité...) les lieux d'échanges entre les entreprises qui s'intéressent à l'environnement et au développement durable.

## **10 EN GUISE DE CONCLUSION**

Le mécénat d'entreprise en faveur de l'environnement et du développement durable se développe. L'expérience vaut d'être tentée à plus grande échelle.

Les réticences qui se manifestaient, tant de la part des acteurs de l'environnement que des entreprises, sont en train de s'estomper. Le mécénat s'organise et se professionnalise.

Tous les interlocuteurs rencontrés au cours de cette mission sont conscients que le contexte n'a jamais été aussi favorable pour un rapprochement entre les entreprises et les acteurs de l'environnement. Ils acceptent de se remettre en cause et se disent impatients de prendre des initiatives.

Le dialogue entre l'administration en charge de l'environnement et du développement durable et les entreprises a tout à y gagner, en associant à une culture de la réglementation et de la sanction, une culture de projets fondée sur le partage de valeurs communes, librement assumées.



**Dominique LEGRAIN**

## **11 PERSONNES RENCONTRÉES AU COURS DE LA MISSION**

### **Ministère de l'Écologie et du développement durable (MEDD)**

- Guillaume Sainteny, directeur des études économiques et de l'évaluation environnementale
- Jean-Marc Michel, directeur de la nature et des paysages
- Louis de Gimel, sous-directeur de l'évaluation des politiques et des régulations environnementales (D4E)
- Marc Aviam, chargé de mission à la sous-direction de l'évaluation des politiques et des régulations environnementales (D4E)
- Gilles Kleitz, chef de la mission chargée de la mise en œuvre de la stratégie nationale pour la biodiversité (DNP)
- Philippe Hugodot, préfet, inspecteur général de l'environnement
- Mauricette Steinfeldler, directrice régionale de l'environnement Languedoc-Roussillon
- Anne d'Erceville, chargée de formation à l'Institut de formation à l'environnement (IFORE)
- Nicole Vernaz, chargée de mission à la direction du développement durable

### **Acteurs de l'environnement**

- Jean Jalbert, directeur de la Station biologique de la Tour du Valat
- Thomas Joly, directeur de l'Office français de la Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe (FEEE)
- Ghislain Gomart, chargé de mission partenariats à la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme
- Séverine Ikkawi, directrice déléguée, responsable des partenariats à la Fédération française de la randonnée pédestre
- François Pitron, directeur de Rivages de France
- Michel Métais, directeur de la Ligue française pour la protection des oiseaux
- Thierry Dutertre, responsable des partenariats de la Ligue française pour la protection des oiseaux
- Nicolas Gérardin, chargé de mission communication, relations internationales et partenariat au parc national de Port-Cros
- Michèle Prats, secrétaire générale de la section française d'ICOMOS
- Bénédicte Selfslagh, membre du Comité exécutif d'ICOMOS international
- Emmanuel Lopez, directeur du Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres
- Anne Konitz, responsable du service communication du Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres
- Sébastien Moncorps, directeur de la section française de l'Union mondiale pour la nature (UICN)
- Frédéric Néraud, directeur de la Fondation du Patrimoine
- Pierre Bousquet, directeur de la Fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement (FNE)
- Christine Gilloire, trésorière de la Fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement

- Gilles Benest, représentant de la Fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement au Conseil national pour la protection de la nature
- Bruno Mounier, directeur d'Espaces naturels de France, Fédération des conservatoires régionaux d'espaces naturels
- Jacques Weber, directeur de l'Institut français de la biodiversité
- Julia de Caffarelli, chargée de mission tourisme rural à la Bergerie nationale de Rambouillet
- Bertrand-Pierre Galey, directeur général du Muséum national d'histoire naturelle

### **Entreprises mécènes**

- Pascale Guégan, chargée de mission nature à la Fondation EDF, de 1998 à 2005
- Yves Le Goff, responsable des relations extérieures de Total
- Bernard Tramier, administrateur délégué de la Fondation d'entreprise Total pour la biodiversité et la mer
- Bernard Deljarrie, directeur des relations institutionnelles et du mécénat chez Dexia / Crédit local
- Valérie Vigouroux, déléguée générale de la Fondation Gaz de France
- Catherine Schwartz, chef de projet à la direction du développement durable et de la responsabilité sociale chez Danone
- Marc Alias, directeur des relations extérieures de Procter & Gamble France
- Christine Cabon, secrétaire générale de la Fondation Procter & Gamble France pour la protection du littoral
- David Sève, directeur de la Fondation Nature et Découvertes
- Michel Avenas, délégué général de la Fondation d'entreprise Veolia Environnement
- Pascale Dubois, directrice de la communication de Colas

### **Secteur professionnel du mécénat**

- Robert Fohr, chef de la mission du mécénat au Ministère de la Culture et de la communication
- Dominique Lemaistre, directrice du mécénat à la Fondation de France
- Florence Castera, responsable du département culture, enfance, environnement à la Fondation de France
- Marianne Eshet, déléguée générale de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial (ADMICAL)
- Marianne Camus-Bouziane, adjointe à la déléguée générale de l'ADMICAL
- Pierre Pourcher, directeur commercial du « Salon-festival du mécénat »
- Jérôme Kohler, expert-consultant en mécénat, président directeur général de l'Initiative philanthropique
- Nicolas Richard, conseil en mécénat et développement durable, Cabinet Fario Conseils
- Camille Bouvier, chargée de mission mécénat à l'Institut de France
- Geneviève Sabot, conseil en mécénat auprès du Muséum national d'histoire naturelle

### **Personnalités qualifiées**

- Jean-Pierre Giran, député du Var, président du parc national de Port-Cros, président de Parcs nationaux de France

- Jérôme Bignon, député, vice-président du Conseil général de la Somme, président de la commission permanente du Conseil national du littoral, président de Rivages de France
- Maurice Cougoulic, Inspecteur des impôts, conseiller municipal de Larmor-Plage
- Jean-Philippe Audoli, conseiller technique en charge de la culture au cabinet de M. Azouz Begag, ministre délégué à la Promotion de l'égalité des chances
- Yves Paccalet, journaliste-écrivain, président de Green Cross France
- Virginie Seghers, consultante auprès de la Caisse des Dépôts et Consignations, Gaz de France, BNP Paribas. Déléguée générale de l'ADMICAL de 1994 à 2002.

### **Réunions et débats**

- Conseil d'administration de Parcs nationaux de France (28-02-07)
- Collège « Biodiversité et entreprises », Mission Stratégie nationale de la biodiversité / DNP (09-03-07)
- Collège « Espaces naturels et cadre de vie », Inspection générale de l'environnement (12-06-07)
- Association Orée - Entreprises, territoires et environnement (13-06-07)

### **Débats programmés**

- Conservatoire du littoral, (septembre 2007)
- Forum national de Rivages de France (15 / 16-10-07)
- Séminaire annuel de la Fédération nationale des réserves naturelles (7 / 9-11-07)

## **ANNEXE**

### **Lettre de mission**



***La Ministre***

Paris, le **02 OCT. 2006**

**A**

**Monsieur le chef du service  
de l'inspection générale  
de l'environnement**

**Objet :** le rôle du mécénat en matière d'environnement.

Les politiques dont le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable a la charge nécessitent, pour réussir, une mobilisation de l'ensemble des acteurs économiques et sociaux de notre pays.

Je constate une prise de conscience de plus en plus forte des enjeux relatifs à l'environnement au sein de l'opinion publique et une mobilisation durable et efficace du milieu associatif. Je m'en réjouis.

Je suis pourtant préoccupée par la trop faible part de l'environnement dans les actions de mécénat. Les sommes attribuées à la protection de l'environnement, dans le cadre du mécénat d'entreprise, représentent 4% des sommes totales investies par ces entreprises contre 52% qui sont attribuées à des projets en faveur de la culture. Cet écart ne me semble pas justifié.

Une telle situation tient, peut être, pour partie, à une réticence plus forte des milieux environnementaux vis-à-vis du monde des entreprises, souvent mal connu ou ignoré, voire à une connaissance insuffisante des mécanismes de fonctionnement du mécénat qui, loin de s'apparenter à une quelconque œuvre de charité, répond, de plus en plus, à des critères économiques particuliers et à des préoccupations managériales précises.

La Direction des études économiques et de l'évaluation environnementale a entrepris de travailler sur le thème du mécénat environnemental, en tentant de favoriser une meilleure connaissance réciproque des acteurs et de mieux faire connaître les possibilités de la loi Aillagon de 2003.

Je souhaite que l'Inspection générale de l'environnement puisse apporter son concours à ce travail en mandatant M. Dominique Legrain, qui a fait la preuve de sa connaissance de ce dossier dans des fonctions antérieures, pour conduire une mission d'appui et d'expertise sur ce sujet.

Le but ultime que je souhaite me fixer en la matière est bien celui d'une augmentation de la part relative du mécénat accordée à l'environnement en France.

Pour progresser vers ce but, il me semble nécessaire d'explorer les thèmes suivants :

- Bilan et évaluation des opérations de mécénat environnemental au cours des quinze dernières années, en s'appuyant, notamment, sur l'expertise de l'ADMICAL.
- Organisation du mécénat culturel au Ministère de la Culture et de la Communication, au niveau central et dans les services déconcentrés.
- Evaluation de thèmes d'intervention susceptibles d'intéresser les entreprises dans le champ de l'environnement.
- Identification des organismes, établissements publics sous tutelle et associations de protection de la nature porteurs de projets.
- Prise de contacts avec différentes entreprises pour valider les options précédentes.
- Evaluation de la pertinence et de la faisabilité de la mise en place, au sein du MEDD, d'une cellule chargée de suivre et de favoriser le mécénat d'entreprise en faveur de l'environnement.

L'exploitation de ces thèmes devra déboucher sur des propositions d'actions concrètes pour le MEDD. Je souhaite disposer des premières pour la fin de l'année 2006 et de l'ensemble pour mai 2007.

La D4E sera le correspondant de M. Dominique Legrain au sein du MEDD, pendant la durée de cette mission.



Nelly OLIN



# Rapport de l'Inspection générale de l'environnement

## L'environnement nouvel enjeu pour le mécénat d'entreprise

### *Annexes*

Par

**Dominique LEGRAIN**

Inspection générale de l'environnement



<b>1</b>	<b>LES BÉNÉFICIAIRES DU MÉCÉNAT .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1</b>	<b>Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'homme (FNH) .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2</b>	<b>Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe (FEEE) .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3</b>	<b>Fondation Sansouire / Station biologique de la Tour du Valat.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4</b>	<b>Fondation nationale pour la protection des habitats français de la faune sauvage .....</b>	<b>11</b>
<b>1.5</b>	<b>Réseau des Grands sites de France.....</b>	<b>13</b>
<b>1.6</b>	<b>Fédération des parcs naturels régionaux.....</b>	<b>15</b>
<b>1.7</b>	<b>Réserves naturelles de France.....</b>	<b>16</b>
<b>1.8</b>	<b>Parcs nationaux de France.....</b>	<b>17</b>
<b>1.9</b>	<b>Fédération française de la randonnée pédestre .....</b>	<b>22</b>
<b>1.10</b>	<b>Rivages de France.....</b>	<b>26</b>
<b>1.11</b>	<b>Conservatoire du littoral.....</b>	<b>28</b>
<b>1.12</b>	<b>Ligue pour la protection des oiseaux .....</b>	<b>31</b>
<b>1.13</b>	<b>Fondation du patrimoine .....</b>	<b>33</b>
<b>2</b>	<b>LES ENTREPRISES MÉCÈNES.....</b>	<b>37</b>
<b>2.1</b>	<b>Fondation EDF .....</b>	<b>37</b>
<b>2.2</b>	<b>Fondation d'entreprise Total pour la biodiversité et la mer.....</b>	<b>40</b>
<b>2.3</b>	<b>Dexia / Crédit local .....</b>	<b>42</b>
<b>2.4</b>	<b>Fondation d'entreprise Gaz de France .....</b>	<b>42</b>
<b>2.5</b>	<b>Danone .....</b>	<b>44</b>
<b>2.6</b>	<b>Fondation d'entreprise Procter&amp;Gamble France pour la protection du littoral .....</b>	<b>46</b>
<b>2.7</b>	<b>Fondation d'entreprise Veolia environnement .....</b>	<b>48</b>
<b>2.8</b>	<b>Fondation Nature et Découvertes .....</b>	<b>50</b>
<b>2.9</b>	<b>Fondation Yves Rocher – Institut de France .....</b>	<b>53</b>
<b>3</b>	<b>LE SECTEUR PROFESSIONNEL DU MÉCÉNAT .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1</b>	<b>ADMICAL, carrefour du mécénat d'entreprise.....</b>	<b>54</b>
<b>3.2</b>	<b>La Fondation de France.....</b>	<b>56</b>
<b>3.3</b>	<b>L'Institut de France.....</b>	<b>58</b>
<b>3.4</b>	<b>Le Centre français des fondations .....</b>	<b>61</b>
<b>4</b>	<b>LE POIDS DU SECTEUR ASSOCIATIF .....</b>	<b>62</b>
<b>5</b>	<b>LE POINT DE VUE DE CHEFS D'ENTREPRISES.....</b>	<b>63</b>
<b>5.1</b>	<b>Le point de vue de Philippe Laget.....</b>	<b>63</b>
<b>5.2</b>	<b>Le point de vue de Gérard Mestrallat.....</b>	<b>65</b>
<b>5.3</b>	<b>L'engagement de la banque HSBC pour combattre le réchauffement climatique .....</b>	<b>67</b>
<b>6</b>	<b>POINTS DE REPÈRES.....</b>	<b>68</b>

*Les annexes, que celles-ci concernent les bénéficiaires du mécénat ou les entreprises mécènes, sont présentées à titre d'illustration. Elles n'ont, cela va de soi, aucun caractère d'exhaustivité. L'inventaire méthodique des acteurs du mécénat et des opérations conduites au bénéfice de l'environnement reste à faire.*

# 1 LES BÉNÉFICIAIRES DU MÉCÉNAT

## 1.1 Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'homme (FNH)

En 1990, Nicolas Hulot crée la Fondation Ushuaïa, sous l'égide de la Fondation de France.

En 1995, la Fondation prend le nom de Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme.

En 1996, 5 ans après sa création, la Fondation est reconnue d'utilité publique<sup>1</sup>. Actuellement, la Fondation Nicolas Hulot est la seule fondation reconnue d'utilité publique spécialisée dans l'éducation à l'environnement.

La vocation de la FNH est de : « *Contribuer à la découverte de la nature et à la protection de l'environnement par l'exploration, la recherche, l'éducation et la communication... Il s'agit d'un engagement éducatif, scientifique et culturel au service du développement durable* ».

La FNH est membre de divers organismes fortement impliqués dans la défense de l'environnement :

- Comité national du développement durable (CNDD)
- Comité français de l'UICN
- Comité 21
- Collectif français pour l'éducation à l'environnement vers un développement durable (CFEEDD)
- la FNH a le statut d'ONG consultative auprès du Conseil économique et social de l'ONU et de l'Organisation internationale de la francophonie.

La Fondation dispose d'un comité de veille écologique composé de 29 personnalités scientifiques en activité, et d'un comité permanent au sein du comité de veille écologique de 4 membres, qui se réunit 1 fois par mois.

### Partenaires mécènes

75% des recettes de la Fondation proviennent du mécénat. Assise sur la notoriété de son fondateur, la Fondation distingue quatre catégories de partenaires :

- *Partenaires fondateurs* : engagements par conventions de 3 ans renouvelables, pour des montants financiers relativement élevés, définis au préalable. Les membres fondateurs soutiennent l'ensemble des activités de la Fondation et siègent au CA de la FNH.  
La Fondation comptait trois membres fondateurs, en 1990 : EDF, Rhône-Poulenc et Ville de Paris. En 2006, les membres « fondateurs » sont : EDF, TF1 et l'Oréal. Dans la période intermédiaire ont été membres fondateurs : Monoprix et Marque Repère.
- *Partenaires programmes* : conventions de 3 ans renouvelables, pour des montants financiers moindres que ceux des membres fondateurs. Soutien à un ou plusieurs programmes de la Fondation. ASF a soutenu la campagne en faveur de la biodiversité, Bouygues Telecom la campagne sur le changement climatique, Valorplast (collecte de bouteilles en plastique) le « *Défi pour la Terre* », Groupe IP Telecoms (maintenance et distribution de systèmes de téléphonie) a participé à la restauration du *Fleur de Lampaul*, la Société Générale soutient le programme Eau.
- *Partenaires opérationnels* : soutien à des opérations circonscrites au sein de programmes particuliers, pour des montants définis à l'avance, plus faibles que pour les partenaires programmes. La Caisse des Dépôts et Consignations et le réseau des pharmaciens Giphar ont soutenu l'opération « *Chantons le défi pour la Terre* ».

---

<sup>1</sup> Décret du 1<sup>er</sup> août 1996 (J.O. du 6 août).

- *Collège des partenaires PME* : conventions annuelles reconductibles. Soutien à des opérations particulières. Ont adhéré à ce nouveau collège : DAW France (filiale d'un groupe allemand spécialisé dans la peinture), Cheminées Seguin Duteriez, Culture Vélo (réseau de magasins de cycles). Les entreprises sont mentionnées sur les documents de la FNH par la mention « Collège des partenaires PME ».

La Fondation Nicolas Hulot, qui bénéficie d'une très forte notoriété et fait l'objet d'une gestion très professionnelle, reçoit des dizaines de sollicitations d'entreprises par mois. Elle s'attache à sélectionner ses partenaires en fonction de la nature de leur activité et du montant de leur participation financière.

La FNH exclut toutes les formes de parrainages (opérations à caractère publicitaire) et toutes les opérations de produits-partage (versement d'une soultre pour tout produit labellisé, vendu par l'entreprise).

De plus la Fondation exige le respect de certains comportements de la part de ses entreprises mécènes. Une « Charte » définit les critères à remplir par les « *entreprises partenaires* » :

- respect des réglementations environnementales en vigueur, nationales et européennes
- existence d'une politique environnementale ou de développement durable au sein de l'entreprise
- intérêt manifesté par l'entreprise pour les actions d'éducation et de sensibilisation à l'environnement
- volonté de s'engager dans un partenariat d'une durée de trois ans ou plus, dont les actions peuvent être précisées, au fur et à mesure du déroulement du partenariat.

### **Actions et programmes**

La FNH se caractérise et se différencie d'un grand nombre d'autres porteurs de projets par le foisonnement de ses initiatives en faveur de l'éducation à l'environnement.

- La FNH dispose du voilier-ambassadeur *Fleur de Lampaul* (gestion par la FNH qui en est l'armateur)
- Ecole Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme (Branféré/Morbihan<sup>2</sup>) :
  - accueil des scolaires
  - ateliers sur les déchets, l'énergie...
  - accueil des lauréats du concours « *Respecter la nature est un jeu d'enfants* », mené en partenariat avec Marque Repère et les Centres E.Leclerc
  - création d'un fonds de solidarité « *Cap nature pour tous* » pour permettre aux enfants et aux familles en difficulté de bénéficier de loisirs éducatifs mis en oeuvre par l'école Nicolas Hulot, financé en partenariat avec la Fondation Ensemble
  - accueil de séminaires, colloques, stages de formation destinés aux entreprises, collectivités, associations...
- Encartage dans *Le Petit Larousse Illustré*, édition 2006, d'un cahier de 32 pages réalisé par la FNH « *La Terre, une planète vivante* » (tirage à plus d'un million d'exemplaires)
- Campagne en faveur de la biodiversité « *Sans nature pas de futur* »
- Opération pour la sauvegarde des tortues d'Hermann (Var et Corse), conduite en partenariat avec l'association Noé Conservation et les Autoroutes du Sud de la France (ASF)
- Campagne « *Mer vivante* », qui prend le relais de la campagne « *SOS Planète Eau* »
- Programme « *Défi pour la Terre* », lancé en mai 2005, en collaboration avec l'ADEME :
  - réalisation de gestes simples et concrets au quotidien

---

<sup>2</sup> Le domaine de Branféré, essentiellement connu pour son parc animalier, a été légué à la Fondation de France par Paul et Hélène Jourde, à la fin des années 80. L'Ecole Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme est gérée par une association qui réunit la Fondation Nicolas Hulot et la Fondation de France.

- création du site Internet : [www.defipourlaterre.org](http://www.defipourlaterre.org)
- personnalités médiatiques engagées comme ambassadeurs du *Défi pour la Terre*
- diffusion à 3 millions d'exemplaires du « *Petit livre vert* », financé par la chaîne de distribution E.Leclerc.
- Concours scolaire « Chantons le Défi pour la Terre »
- Edition du « Calendrier perpétuel Ushuaïa » qui propose la photo d'un milieu naturel, pour chaque jour de l'année, accompagné d'un texte qui conseille un « écogeste » : 365 gestes, infos ou citations pour mieux comprendre et respecter la nature

Soutien de partenaires : Affichage J.C. Decaux, Mediavision, Nature et découvertes

- Bourses
  - 42 projets en 2005 ont bénéficié de bourses de la FNH, (190 000 € de subventions).
  - Les « *Coups de pouce* » consistent à attribuer des aides de 300 à 500 € à des projets en faveur de l'éducation à l'environnement
  - Les « *Coups de cœur* » se traduisent par l'octroi d'un soutien moral à des projets ponctuels en faveur de l'environnement avec autorisation d'utiliser la mention « *Avec le soutien de la Fondation Nicolas Hulot* ».
- Conférences
  - Nombreuses interventions de Nicolas Hulot dans les manifestations et conférences en faveur du développement durable
  - Interventions et conférences des membres du Comité de veille écologique de la FNH

La FNH a reçu le prix « Charte Bleue 2005 », décerné par les Armateurs de France, pour l'ensemble de ses actions en faveur de la protection de la mer et du littoral.

### Ressources financières

Bilan 2005 :

- dons et legs : 272 000 €
- mécénat, partenariat, subventions : 3 910 000 €
- effectif de 25 personnes, dont 1/3 se consacre aux relations avec les entreprises

### **Fondation Nicolas Hulot**

Président-fondateur : Nicolas Hulot  
 Directrice : Cécile Ostria  
 6, rue de l'Est  
 92100 Boulogne-Billancourt  
 Tél. 01 41 22 10 70  
[www.fondation-nicolas-hulot.org](http://www.fondation-nicolas-hulot.org)

## **1.2 Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe (FEEE)**

L'Office français de la FEEE est la section française de la Fondation pour l'éducation à l'environnement (FEE), association internationale de droit britannique qui regroupe 49 pays sur 5 continents.

### **Organisation internationale**

La Fondation pour l'éducation à l'environnement (FEE) est une ONG créée en 1981 aux Pays-Bas, par des experts du Conseil de l'Europe concernés par l'éducation à l'environnement.

La Fondation a pour vocation la promotion du développement durable par l'éducation à l'environnement à travers 2 types d'activités :

- campagnes de promotion pour un tourisme durable
- programmes d'éducation à l'environnement en milieu scolaire

La FEE est actuellement présidée par Jan Eriksen, également président de l'Office danois « *Danish Outdoor Council* ».

La FEE est sous forte influence de l'Europe du Nord : au cours des 25 dernières années, la présidence a été assurée successivement par un Hollandais, deux Danois, un Anglais et de nouveau un Danois.

La FEE assure une certaine péréquation financière entre ses membres, afin de soutenir les programmes des organisations nationales dépourvues de ressources.

### **Section française**

Créé en 1983, l'Office français de la Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe (OF-FEEE), développe 4 des 5 campagnes de la FEE :

#### *Eco-Ecole*

- Le label « *Eco-Ecole* » est décerné aux établissements scolaires qui se mobilisent pour l'environnement (acteurs et partenaires de l'établissement sont appelés à effectuer un diagnostic de leur lieu de vie afin d'y apporter des améliorations concrètes)
- A ce jour, 400 établissements sont impliqués en France dans la démarche faisant d'*Eco-Ecole* la plus vaste campagne d'éducation à l'environnement du système éducatif français.
- Mise en place de la norme ISO 14001 par le biais des agendas 21

#### *Le Pavillon Bleu*

- Initiative française (1987) développée par la FEE au niveau international, qui a eu un impact important sur la notoriété de l'organisation
- Label qui récompense les communes et les ports de plaisance qui inscrivent leur action dans une démarche de développement durable
- En 2005, 35 pays ont bénéficié du Pavillon Bleu, qui a été décerné à 2 472 plages et 635 ports de plaisance
- Le Pavillon Bleu bénéficie de sponsors au niveau international et de partenariats spécifiques pour certaines organisations nationales

#### *Jeunes reporters pour l'environnement*

- Initiative française (1993) reprise au niveau international
- Collégiens et lycéens, encadrés par leurs enseignants mènent des enquêtes journalistiques sur les thématiques d'environnement local et font connaître leurs conclusions par le biais d'articles et de reportages photos
- 700 000 visites sur le site Web consacré à ce programme, en 2007
- Principales thématiques abordées : agriculture, urbanisme, protection du littoral, énergie, déchets, ressources en eau, changement climatique...

#### *La Clef Verte*

- Label de bonne gestion environnementale décerné aux hébergements touristiques (campings, hôtels...)
- Contrôle de performances, en fonction de critères européens, des consommations d'eau, d'énergie, d'utilisation de produits chimiques, de production de déchets...

### **Partenaires mécènes**

Les exemples suivants récapitulent différentes opérations qui se sont déroulées de 1983 à 2006, certains partenariats ne s'étant engagés que pour des durées limitées ou pour des opérations spécifiques :

- éducation à l'environnement : Banque Populaire
- *Pavillon Bleu* : Compagnie Générale des Eaux, Eco-Emballages
- *Clef Verte* : O'Hara (filiale de Beneteau)
- *Eco-Ecole* : Toyota (partenariat au niveau européen)
- changements climatiques : Siemens
- alimentation : Fondation Ensemble, M. et Mme Brémond (Pierre et Vacances)
- tempête de 1999 : Procter & Gamble France
- produits partage : le thon Petit Navire

### **FEEE**

Président : Bernard Mantienne

Directeur : Thomas Joly

[thomas.joly@of-feee.org](mailto:thomas.joly@of-feee.org)

36, rue Amelot 75011 Paris

Tél. 01 45 49 40 50 Fax : 01 45 49 27 69

[www.fee-international.org](http://www.fee-international.org)

### **1.3 Fondation Sansouire / Station biologique de la Tour du Valat**

- 1947 : achat du domaine de la Tour du Valat, en Camargue, par Luc Hoffmann.
- Etudes sur la migration et le baguage des oiseaux d'eau à partir des années 50
- 1954 : Création de la Station biologique de la Tour du Valat, institut de recherche privé, par Luc Hoffmann
- 1961 : Luc Hoffmann participe à la création du WWF international
- 1974 : la Station biologique de la Tour du Valat, près de 30 ans après l'achat du domaine, prend la forme juridique d'une fondation scientifique privée à but non lucratif.
- 1985 : Luc Hoffmann crée la Fondation internationale du Banc d'Arguin (qui concerne l'Afrique de l'Ouest)
- 1990 : Luc Hoffmann devient président-fondateur de la Société pour la protection de Prespa<sup>3</sup> en Grèce.

#### **Structure juridique**

- La Fondation Tour du Valat, fondation (*mère*) de droit suisse, détient le capital et dispose d'une dimension internationale
- La Fondation Sansouire, fondation (*fille*) de droit français reconnue d'utilité publique, propriétaire des terrains et des installations, gère l'activité de la Station biologique de la Tour du Valat.

#### **Missions**

- Centre de recherche pour la conservation des zones humides méditerranéennes, dont le champ d'action concerne la Camargue et l'ensemble du pourtour méditerranéen.
- Trois échelles spatiales d'intervention :
  - domaine de la Tour du Valat
  - Camargue
  - pourtour méditerranéen
- Définition de la mission adoptée, en 1992, à l'issue de la conférence internationale sur les zones humides méditerranéennes de Grado (Italie) :
- « *Arrêter la perte et la dégradation des zones humides méditerranéennes et de leurs ressources naturelles, les restaurer et promouvoir leur utilisation rationnelle.* »
- Organisation scientifique qui génère de la connaissance
- Mise en place d'un Observatoire des zones humides méditerranéennes (lacs, étangs, lagunes, gravières, estuaires, tourbières vallées alluviales, mares, marais, ruisseaux, prairies inondables...)
- Programmes de recherches scientifiques appliquées sur le fonctionnement des zones humides et les modes de gestion de ces zones humides. Programmes spécifiques sur certains habitats naturels clés, notamment les roselières (régulation hydraulique, rétention de sédiments et des nutriments, maintien de la biodiversité...). Programmes d'études sur les espèces animales prioritaires (flamant rose, hérons arboricoles, pélicans, poissons d'eau douce, cistude d'Europe...)
- Montrer la compatibilité entre conservation de la nature et développement
- Le domaine de la Tour du Valat constitue un laboratoire en vraie grandeur d'expérimentation pour une gestion écologique des milieux naturels (on y dénombre 460 espèces de plantes, 300 espèces d'oiseaux)

---

<sup>3</sup> ONG de droit grec qui s'est donnée pour mission de protéger les lacs de la région de Prespa, situés aux frontières de la Grèce, de l'Albanie et de la Macédoine.

- Contribuer à ouvrir de nouvelles perspectives aux agriculteurs par la prise en compte de mesures agri-environnementales.
- Conservation des espèces et des populations
  - Participation aux réseaux internationaux d'études des oiseaux d'eau. Baguage des oiseaux.
  - Etude du cycle de vie des poissons.
  - Définition de mesures de gestion et de conservation des populations
- Encadrement d'étudiants français et étrangers à la Tour du Valat.
- Expertises pour tous les pays riverains de la Méditerranée
- Animation de programmes d'enseignement supérieur.
- Publication d'ouvrages didactiques sur les zones humides.

### **Initiatives**

- La Station de la Tour du Valat est à l'initiative de la convention de Ramsar sur la protection des zones humides, adoptée en 1971, en Iran. En 2003 : 130 pays membres, 1200 sites et 100 millions d'hectares concernés.
- Participation à la création et à la mise en œuvre du programme Medwet, qui est une déclinaison opérationnelle du plan stratégique de Ramsar au niveau de la Méditerranée.
- La Fondation, privée, est à l'origine de nombreuses initiatives reprises par les pouvoirs publics. Rôle de laboratoire et d'incubateur financé pour l'essentiel par des fonds privés.
- Gestion expérimentale du domaine de la Tour du Valat. Gestion partagée avec les habitants de la commune d'Arles du marais du Verdier (120 ha).

### **Administration**

- 60 salariés à temps plein
- La Fondation est propriétaire d'un domaine de 2 548 ha en Camargue, dont la moitié est classée en réserve naturelle volontaire depuis 1984 (1 071 ha).
- Collaboration régulière avec un grand nombre de partenaires : Union européenne, Nations-Unies, conventions internationales de Barcelone, Berne, Ramsar, ONG, organismes de recherche, entreprises, particuliers, collectivités territoriales, acteurs locaux, associations, universités... La Fondation est un centre de recherche et de diffusion de la connaissance.
- La Fondation héberge la « Fondation internationale du Banc d'Arguin » (FIBA) créée à l'initiative de Luc Hoffmann, pour la conservation des écosystèmes côtiers et marins d'Afrique de l'Ouest (Mauritanie, Sénégal, Guinée-Bissau)
- La Fondation héberge également l'association Takh, qui œuvre pour la reconstitution d'un troupeau de chevaux de Przewalski dans les Causses, dans la perspective de les réintroduire en Mongolie, leur pays d'origine.

### **Ressources financières**

- Dès 1974, le fondateur a doté la Tour du Valat d'un capital, géré par la Fondation « Pro Valat », dont les revenus couvrent environ 20% des frais de la structure (808000 € en 2006). Les revenus du capital ont fortement fluctué au cours des dernières années, en raison de « placements à risque ». Ceci engendre une fragilité certaine pour la stabilité des ressources de la Fondation Sansouire.
- La Tour du Valat est également soutenue par la Fondation MAVA, qui œuvre largement dans le domaine de l'environnement (2 007 000 € versés à la Fondation Sansouire, en 2006). La Fondation MAVA est intégralement alimentée par Luc Hoffmann sur ses ressources personnelles.

- La fortune de Luc Hoffmann provient des laboratoires Hoffmann-Laroche désormais repris sous le nom de Roche (découverte de l'aspirine par le grand-père de Luc Hoffmann).
- Luc Hoffmann, via la fondation MAVA, soutient diverses initiatives dans le domaine de l'environnement, qui concernent prioritairement les régions suivantes :
  - les Alpes
  - le Bassin méditerranéen
  - l'Afrique de l'Ouest
- Budget 2006 de la Fondation Sansouire : 3,973 M €
- La Fondation Sansouire ne bénéficie d'aucune subvention publique
- Partenariat de faible ampleur avec le Groupe Lyondell Chimie France (industrie chimique installée à Fos), pour soutenir un projet Flamant rose
- Partenariat pour une durée de 2 ans avec la Fondation d'entreprise Total, principalement en soutien à l'Observatoire des zones humides méditerranéennes et à un projet de recherche sur les flamants roses.
- Contacts permanents avec la chambre de commerce et d'industrie d'Arles, les entreprises Alcatel, Lyondell et Sollac.

### **Projet de club d'entreprises**

- La Fondation Sansouire dépend actuellement essentiellement de la générosité des fondations suisses de Luc Hoffmann :
  - la Fondation Pro Valat qui dégage des revenus variables, affectés à la Fondation Sansouire
  - la Fondation MAVA qui a un engagement moral vis-à-vis de la Fondation Sansouire, qui pourrait cependant être remis en cause par les enfants de Luc Hoffmann.
- La Fondation Sansouire aurait intérêt à prendre plus d'indépendance vis-à-vis des 2 fondations suisses :
  - possibilité à l'étude de créer un club d'entreprises mécènes : Total, EDF, CMA / CGM<sup>4</sup>
  - négocier le passage de la réserve naturelle volontaire (RNV) en réserve naturelle régionale (RNR) pour obtenir un soutien de la Région PACA. Ceci présenterait également l'avantage de mieux ancrer la Fondation dans la sphère publique, en reconnaissant la qualité de missions de service public aux activités de la Fondation.

### **Fondation Sansouire / Tour du Valat**

Président d'honneur : Luc Hoffmann

Président de la Fondation Sansouire : Jean-Paul Taris

Directeur général de la Tour du Valat : Jean Jalbert

Le Sambuc 13200 Arles

Tél. 04 90 97 20 13 / Fax : 04 90 97 20 19

[secretariat@tourduvalat.org](mailto:secretariat@tourduvalat.org)

[www.tourduvalat.org](http://www.tourduvalat.org)

---

<sup>4</sup> Troisième armateur mondial.

## **1.4 Fondation nationale pour la protection des habitats français de la faune sauvage**

Fondation créée à l'initiative de Jacques Hamelin en 1979, reconnue d'utilité publique en 1983.

La fondation s'est fixée pour objectif d'acquérir (en pleine propriété, par location ou bail emphytéotique) des espaces naturels pour les restaurer et les gérer au mieux des intérêts de la faune sauvage.

La Fondation est épaulée par un Comité scientifique composé de personnalités scientifiques et d'universitaires.

Le financement de la Fondation est assuré par les 1 450 000 chasseurs qui versent une cotisation annuelle, via leurs fédérations départementales.

Certaines opérations d'acquisition de territoires font l'objet de financements croisés : ministère de l'Ecologie et du développement durable, Fonds de gestion de l'espace rural (FGER), Union européenne, régions, départements, communes.

Pour la gestion de certains de ses territoires, la Fondation passe des conventions avec la Ligue pour la protection des oiseaux (LPO) ou avec les Conservatoires régionaux d'espaces naturels (CREN).

Les missions de la Fondation s'articulent autour de quatre objectifs :

- gestion des territoires naturels d'importance nationale, régionale ou locale acquis par la Fondation ou qui lui sont confiés.
- participation à la réhabilitation des milieux dégradés
- information et éducation du public à la protection rationnelle des milieux naturels
- encouragement de toute action en faveur des milieux naturels

### *Modalités de gestion*

Les territoires acquis par la Fondation sont gérés par les Fédérations départementales de chasseurs (FDC).

La chasse sur les espaces naturels protégés est toujours sujet à débat, bien que la régulation du gibier, sous certaines conditions, soit utile à une gestion équilibrée des territoires. Certains terrains de la Fondation de la faune sauvage constituent des réserves naturelles non chassées, d'autres font l'objet d'une chasse raisonnée<sup>5</sup>

La Fondation s'attache à la protection des milieux naturels fragiles (zones humides en particulier), elle réhabilite d'anciennes friches industrielles et d'anciennes exploitations agricoles.

### *Bilan*

Au 1<sup>er</sup> janvier 2006, la Fondation était propriétaire ou gestionnaire de 6 500 ha d'espaces naturels, dans 49 départements. Parmi les acquisitions figurent certains sites emblématiques : *Lac de Grand-Lieu* : 650 ha acquis et mis en réserve. L'entretien et l'aménagement de la réserve ont été confiés à la FDC de Loire-Atlantique. Les missions de gestion sont multiples : fauchage des herbiers, entretien du réseau hydraulique et de la roselière, éradication des plantes envahissantes, inventaire faunistique et floristique, baguage des oiseaux migrateurs.

*Etangs des Dombes* : acquisition de 260 ha au nord de Lyon, dans la vallée de la Saône et de la plaine de l'Ain. Gestion par la FDC de l'Ain. Travaux de gestion : coupes de bois, plantation de plusieurs kilomètres de haies, creusement de nouveaux étangs, accueil d'universitaires et de scientifiques, protection du râle de genêt et du courlis cendré, particulièrement menacés.

<sup>5</sup> Alain Vivier, président de la Fondation, précise à ce sujet : « *Les chasseurs entendent être véritablement reconnus comme d'authentiques défenseurs de l'environnement... pas question de gommer la chasse dans les réalisations de la Fondation mais bel et bien de montrer qu'une nature bien gérée est une nature chassée.* »

*Le Plessis* : acquisition de 200 ha (55 ha en étangs) gérés par la FDC de l'Indre en Brenne (120 000 ha d'étangs). Gestion : construction d'observatoires, accueil des visiteurs. Pratique de la chasse de régulation.

*Domaine des Sallards* : restauration de 67 ha en Sologne. Territoire géré par la FDC de l'Allier. Ancienne exploitation agricole. Réserve intégrale avec régulation des nuisibles. Projet pédagogique conduit avec l'Inspection académique.

*Les réserves de l'Adour* : réserve de 100 ha sur la commune de Saint-Martin-de-Seignanx, gérée par la FDC des Landes. Travaux de gestion : éclaircissement de la végétation, implantation de 20 ha de prairies humides, creusement de plans d'eau permanents, curage des canaux, construction de ponts, pâturage tournant en utilisant des races locales. Initiatives : participation à la création du CPIE « Pays de Seignanx ».

*Etang de l'Estagnol* : 37 ha gérés par la FDC de l'Aude. Gestion : travaux de curetage, réfection des canaux, désenvasage des plans d'eau. Initiatives : accueil des scolaires. Travaux réalisés avec le concours du conseil général de l'Aude.

*Riedseltz et Obenheim* : territoires gérés par la FDC du Bas-Rhin. Travail en collaboration avec le conseil général du Bas-Rhin et le Conservatoire régional des sites alsaciens. La FDC du Bas-Rhin a créé, de sa propre initiative, le « *Fonds alsacien pour la restauration des biotopes* » (FARB), qui a acquis en 11 ans, 360 sites sur plus de 140 communes.

*Forêt de Pontdrevault* : acquisition de 60 ha. Gestion assurée par la FDC de Seine-et-Marne. Souhait de faire du site une vitrine de la nature.

Intervention sur 311 ha supplémentaires en 2005, pour un coût de 612 000 €.

**Fondation nationale pour la protection des habitats français de la faune sauvage**

Président : Alain Vivier

13, rue du Général Leclerc

92136 Issy-les-Moulineaux

Tél. 01 41 09 65 10 / Fax : 01 41 09 65 20

[contact@fondationfaunesauvage.com](mailto:contact@fondationfaunesauvage.com)

## 1.5 Réseau des Grands sites de France

Le « Réseau des Grands Sites de France » est une association régie par la loi de 1901, créée en novembre 2000.

Le réseau regroupe des collectivités locales (sous forme de syndicats mixtes, pour l'essentiel) qui assurent la gestion et la mise en valeur de sites protégés au titre de la loi du 2 mai 1930, qui bénéficient d'une renommée exceptionnelle et qui sont l'objet d'une très forte fréquentation.

Le réseau est composé des sites détenteurs du label *Grand Site de France* ® créé par l'Etat en 2003, ainsi que des sites qui n'ont pas encore obtenu le label mais qui s'engagent, dans un délai déterminé, à atteindre les critères d'excellence qui leur permettront de prétendre à l'attribution du label.

Le label « Grand Site de France » est décerné par le ministère de l'Ecologie, du développement et de l'aménagement durables, après consultation du Réseau des Grands Sites de France et avis de la Commission supérieure des sites, perspectives et paysages. Attribué pour une période de 6 ans renouvelable, il peut être retiré au gestionnaire en cas de manquements aux engagements constitutifs du label.

Fin 2007, 5 sites étaient détenteurs du label :

- Aven d'Orgnac (Ardèche)
- Pointe du Raz (Finistère)
- Pont du Gard (Gard)
- Sainte-Victoire (Bouches-du-Rhône)
- Bibracte – Mont Beuvray (Saône-et-Loire et Nièvre)

Chaque année, de nouveaux sites postulent pour l'obtention de ce label.

Le réseau s'est fixé 4 objectifs :

- mettre en commun les compétences et l'expérience acquise en matière de réhabilitation et de gestion durable des grands sites, dans le respect des paysages et des hommes qui y vivent
- apporter un appui technique aux adhérents dans leur démarche d'obtention du label
- être un partenaire actif de la politique nationale de mise en valeur des sites protégés remarquables
- faire connaître et promouvoir les Grands Sites et les valeurs dont ils sont porteurs

Le réseau organise les « *Rencontres annuelles des Grands Sites* » pour débattre de quelques thèmes concernant la gestion et le devenir des Grands Sites :

- *L'esprit des lieux et la gestion des Grands Sites ; La sécurité du public ; La signalétique ; Les retombées économiques des Grands Sites ; Quels aménagements pour l'accueil du public ? ; Vivre dans un Grand Site, le pari du développement durable ; Maisons de sites et interprétation dans les Grands Sites ; Grands Sites et stratégies touristiques des territoires ; Agriculteurs, forestiers et Grands Sites, quels partenariats ?*

Chacun de ces thèmes fait l'objet d'une publication.

- La philosophie du Réseau consiste à :
  - faire partager les valeurs du développement durable
  - servir et transmettre l'esprit des lieux

Le Réseau qui réunissait 17 adhérents en 2000, en compte 32 en 2007, ce qui représente pour cette dernière année 27 millions de visiteurs.

## Communication

- Le Réseau dispose d'un site Internet et d'un site Extranet, lien entre les membres du réseau, et diffuse une lettre électronique mensuelle qui fait le point sur les actualités du réseau.
- Le Réseau axe sa communication sur les valeurs communes des Grands Sites : l'esprit des lieux, base de l'expérience incomparable vécue par le visiteur d'un site ; le développement durable et la responsabilité de chacun (habitant, visiteur, gestionnaire...).
- Ont été créés en 2006-2007 : une exposition photographique itinérante « *A la rencontre des Grands Sites, des lieux et des hommes* », un ouvrage « *Voir Grand, panorama des Grands Sites* », édité par Actes Sud.

## **Partenariat**

La Fondation d'entreprise Gaz de France qui avait soutenu la réhabilitation de la Pointe du Raz et du Cirque de Gavarnie avant la mise en place du réseau, est devenue partenaire officielle du réseau, dès sa création en 2000, au titre de la protection du patrimoine naturel et culturel, dans le cadre de conventions triennales renouvelables.

Le Réseau bénéficie également de l'appui de la Caisse des Dépôts et Consignations dans le cadre de conventions de partenariat également triennales, au titre des missions d'intérêt général de la CDC, dans le cadre du soutien à la structuration des territoires.

Certaines opérations de mécénat concernent des sites particuliers, sans impliquer directement le réseau, en tant que structure fédérative. A ce titre, la Fondation d'entreprise Veolia Environnement a pris en charge plusieurs projets d'aménagement de sites en attente de label : Massif du Canigou, Gorges du Gardon, Roches de Solutré-Pouilly-Vergisson.

Le Réseau des Grands Sites de France (RGSF) a adopté depuis sa création une démarche très professionnelle en termes de mécénat.

- Un Guide pratique du mécénat, à l'usage des membres du réseau, définit les atouts que les Grands Sites peuvent faire valoir pour solliciter le mécénat, les précautions à prendre, la façon de présenter des dossiers, rédiger des conventions...
- Un autre document identifie les opérations susceptibles d'être accompagnées par le mécénat d'entreprise, site par site.
- Une Charte de bonne conduite définit les relations à établir entre les membres et le Réseau des Grands Sites de France, pour éviter les doublons, mutualiser les expériences ...

## **Réseau des Grands Sites de France**

Président : Gérard Voisin, député de Saône-et-Loire

Directrice : Anne Vourc'h

Responsable des partenariats : Soline Archambault

9, rue Moncey

75009 Paris

T. 01 48 74 39 29 Fax : 01 49 95 01 87

[contact@grandsitedefrance.com](mailto:contact@grandsitedefrance.com)

[www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)

## **1.6 Fédération des parcs naturels régionaux**

La Fédération des parcs naturels régionaux regroupe l'ensemble des PNR existants, soit 45 PNR, qui concernent :

- 3 700 communes
- 68 départements
- 23 régions

### **Financement des PNR**

Les PNR sont financés quasi exclusivement sur crédits publics :

- régions : 45%
- départements : 20%
- Etat 12%
- (+ crédits européens et divers)

Le fonctionnement des PNR dépend étroitement des collectivités locales, ce qui implique une relation étroite et privilégiée avec les élus.

La stratégie de la Fédération des PNR est d'optimiser les ressources en provenance des collectivités locales et des services de l'Etat (négociation de conventions d'objectifs avec le MEDD, l'ADEME...).

### **Les PNR et le mécénat d'entreprise**

Le mécénat d'entreprise ne représente qu'une faible partie des budgets de la fédération (80 à 100 000 € / an).

La Fédération s'est dotée d'une « Charte du mécénat<sup>6</sup> » qui a pour but de définir les règles communes aux différents parcs régionaux et d'expliciter les relations entre les parcs et la Fédération au regard du mécénat d'entreprise.

La difficulté rencontrée, en matière de mécénat, par les parcs naturels régionaux tient à leur positionnement à un double niveau :

- national (Fédération)
- régional (éclaté en 45 structures autonomes)

L'appellation « Parc naturel régional » est une marque déposée à l'INPI, et toute opération de mécénat, que le bénéficiaire en soit la Fédération ou un parc régional particulier engage l'image du réseau tout entier. A noter également que les partenariats qui se nouent au niveau des parcs sont étroitement liés à l'avis des élus, ce qui justifie d'autant une coordination au niveau du réseau.

Certaines difficultés peuvent apparaître : les PNR décernent des labels de qualité pour certains produits du terroir, il est donc exclu qu'ils puissent, via le mécénat d'entreprise, faire indirectement la promotion de produits concurrents, sous peine d'entamer la crédibilité de leurs messages.

Les PNR sont, dans le cadre de la promotion des politiques de développement durable, très proches d'un grand nombre d'entreprises. A titre d'exemple, ils décernent des éco-trophées aux entreprises qui s'engagent à respecter les principes du développement durable dans le cadre de leur activité. On recense 300 000 entreprises implantées sur les territoires des 45 PNR, dont 70 000 concernent le secteur agricole.

Les PNR entretiennent des relations privilégiées avec les entreprises, ce qui devrait constituer un élément favorable au développement des opérations de mécénat au bénéfice des territoires.

### **Partenariats**

*Elf / Total*

---

<sup>6</sup> « Principes de mécénat entre les enseignes nationales, les parcs et / ou la Fédération des parcs ».

La Fédération a bénéficié du mécénat d'entreprise de la Fondation Elf de 1987 à 2000, relayé de 2001 à 2004 par la Fondation Total. Les opérations de partenariat ont pris des formes très diverses : équipements d'accueil, dépliants, affiches, guides, outils pédagogiques à destination des scolaires, expositions, assistance pour la mise en place d'un service Internet, manifestation du 30<sup>e</sup> anniversaire des PNR, préservation d'espèces menacées, restauration de milieux naturels fragiles ou dégradés. Le partenariat avec la Fondation Total a été mis en sommeil à partir de 2004, pour des raisons d'image et pour tenir compte de la sensibilité des élus locaux.

#### *GTM Construction*

Convention triennale (1993-1995) avec GTM (immobilier - BTP) qui a permis de financer le 1<sup>er</sup> plan de communication de la Fédération et l'édition de divers documents. Soutien à la restauration du patrimoine bâti dans 5 PNR.

#### *Gamm Vert*

Le partenariat (1995-1996) a concerné principalement le financement d'affiches pour faire la promotion des PNR, mises en place dans les magasins du groupe, des annonces de presse dans divers magazines, l'organisation d'un jeu télévisé sur France 3, des concours de dessin.

Rapprochement de certains PNR (Armorique, Forêt d'Orient, Brotonne, Haut-Jura, Montagne de Reims) avec les magasins de l'enseigne. Tenue du congrès annuel de Gamm Vert dans le PNR de Camargue.

#### *Valvert*

Diffusion, en 1998, d'un livret d'information sur les PNR dans 2 000 000 de packs de 6 bouteilles. Chaque livret évoquant les animaux sauvages, la flore, la découverte en famille des plus beaux sites naturels, la protection de la nature.

#### *Norauto*

Financement du plan de communication de la Fédération (2001-2003), édition d'un « *Guide de l'automobiliste respectueux de l'environnement* », actions ponctuelles dans certains parcs (Verdon, Périgord, Limousin).

#### *Dexia*

Aide à la parution de « l'Almanach du développement durable ». Agenda 2007 et calendrier institutionnel consacrés aux PNR.

### **Fédération des parcs naturels régionaux**

Président : Jean-louis Joseph

Directeur : Jean-Louis Thomas

9, rue Christiani 75018 Paris

T. 01 44 90 86 20 / Fax : 01 45 22 70 78

[www.parcs-naturels-regionaux.fr](http://www.parcs-naturels-regionaux.fr)

## **1.7 Réserves naturelles de France**

1990 : signature de la première convention de partenariat entre la Fondation EDF et Réserves naturelles de France, fédération qui anime le réseau des réserves naturelles.

La Fondation EDF a toujours laissé une grande liberté aux gestionnaires de réserves naturelles pour le choix des opérations à prendre en compte dans le cadre du mécénat d'entreprise.

De 1990 à 2006, le partenariat de la Fondation EDF a concerné 115 réserves naturelles.

#### *Opérations en faveur du réseau des réserves naturelles*

- Accompagnement de nombreux projets visant à favoriser l'accessibilité des espaces naturels à tous les publics, avec depuis 1994 une réflexion approfondie sur l'accueil des

personnes handicapées, et la recherche d'une reconnaissance nationale pouvant déboucher sur la mise en place d'un label « *Tourisme et handicap* » et l'élaboration d'une « *Charte européenne de la nature accessible à tous* ». Sur ce sujet, la Fondation EDF a joué un rôle incontestable d'innovateur social.

- La Fondation soutient les initiatives en faveur de l'écotourisme, afin d'assurer l'équilibre entre préservation des milieux naturels, développement économique, éducation à l'environnement et accessibilité au plus grand nombre.
- Les interventions de la Fondation concernent des sujets divers : aménagements de maisons d'accueil, de sentiers de découverte, d'observatoires ornithologiques, équipements pédagogiques, signalétique, restauration de sites, expériences de pastoralisme, protection d'espèces menacées (gypaète, vautour fauve...), formation, accueil de classes vertes, publications...

Chaque réserve naturelle est considérée par la Fondation comme un lieu susceptible de permettre la diffusion d'expériences originales ou novatrices au profit de l'ensemble du réseau, dans des domaines aussi divers que l'approfondissement de la connaissance scientifique, la gestion conservatoire des milieux naturels, l'animation pédagogique, la communication.

- La Fondation a créé, en 2005, le Prix Jean-Roland, pour récompenser les initiatives qui contribuent à « *Réconcilier l'Homme et la Nature* » (montant du prix : 5 000 €).

RNF réfléchit actuellement à un élargissement du cercle de ses partenaires mécènes « permanents ». L'association se méfie cependant de son manque d'expérience dans le domaine de la recherche de mécénat et souhaite trouver un appui extérieur, soit par formation d'agents en sein de sa propre structure, soit en contractant avec un professionnel.

### **Réserves naturelles de France**

Président : Christian Schwoehrer

Directeur : Michel Delmas

B.P. 100

21803 Quétigny

Tél. 03 80 48 91 00 Fax : 03 80 48 91 01

[rnf@espaces-naturels.fr](mailto:rnf@espaces-naturels.fr)

[www.reserves-naturelles.org](http://www.reserves-naturelles.org)

## **1.8 Parcs nationaux de France**

Sept parcs nationaux ont été créés entre 1963 et 1989 (Vanoise, Port-Cros, Pyrénées, Cévennes, Ecrins, Mercantour et Guadeloupe). La superficie de ces sept parcs nationaux représente un peu plus de 350 000 ha en zones centrales qui font l'objet d'une protection rigoureuse et de 900 000 ha en zones périphériques. Deux parcs nationaux ont été créés au printemps 2007 (Guyane et Réunion).

Les parcs nationaux, compte tenu de leur forte identité, pourraient être des acteurs et des bénéficiaires privilégiés du mécénat d'entreprise. Hormis le cas du parc national de Port-Cros c'est loin d'être le cas.

Les directeurs de parcs, sont pour la plupart d'entre eux, sensibles aux réactions souvent méfiantes, parfois hostiles de leurs personnels. Cette attitude se traduit par un certain

isolement des parcs nationaux dont les agents craignent les intrusions de personnes extérieures.

La création récente de « Parcs nationaux de France » est susceptible de modifier la situation.

#### **Mécénat « historique »**

Les responsables des parcs nationaux se félicitent unanimement d'un partenariat qui avait été négocié avec IBM France (1989/1995), par un agent motivé, lorsqu'il était en poste au Parc du Mercantour. Montant total du partenariat IBM : 8 MF, pour la totalité de la période. Les opérations ont pris différentes formes :

- travail avec les spécialistes de la communication d'IBM
- fourniture d'ordinateurs
- édition de documents pour l'ensemble des parcs nationaux.
- pose de balises Argos pour le suivi des bouquetins
- organisation d'un voyage aux Etats-Unis pour visiter les parcs nationaux américains.

La convention de partenariat avait été signée à l'époque par le PDG d'IBM France et le ministre de l'Environnement.

Le partenariat inter-parcs n'a pas été poursuivi. Des opérations sont menées individuellement par certains parcs.

#### **Parc national du Mercantour**

##### *Crédit agricole*

- Financement d'une exposition et de dépliants sur le gypaète barbu, au début des années 90.

##### *Fondation de France*

- Financement d'un CDRom sur le loup.
- Subvention de 5 000 €, à la suite d'un appel à projet pour co-financer un exercice de prospective territoriale concernant un groupe de 3 hameaux en zone centrale.

##### *Principauté de Monaco.*

Projet de partenariat, en cours.

- Le Parc du Mercantour négocie actuellement un projet de partenariat avec la Fondation Albert II pour l'environnement, en cours de création. Le partenariat pourrait porter sur la protection de la biodiversité, les inventaires à long terme de la richesse écologique, le tourisme durable et la communication. Une première opération est prévue pour la réintroduction du gypaète barbu.

Le président du parc, le conseil d'administration et le directeur de l'établissement ont clairement affiché leur volonté de construire une politique de partenariat avec les entreprises.

#### **Parc national des Pyrénées**

##### *Fondation Gaz de France*

- 1997-2000 : soutien au programme de réhabilitation du Cirque de Gavarnie, classé au patrimoine mondial de l'UNESCO.

##### *Fondation EDF*

- Participation à un programme ambitieux d'accueil des handicapés dans la vallée du Tech en Val d'Azun, dans les Hautes-Pyrénées, pour les 4 familles de handicap (mental, moteur, visuel, auditif).

Le Parc national des Pyrénées est très attentif à l'éthique à respecter en matière de mécénat, ce qui l'a conduit à une certaine prudence.

#### **Parc national des Ecrins**

Le Parc national des Ecrins n'a eu qu'une expérience très limitée du mécénat d'entreprise, qui s'est soldée par des déconvenues et l'hostilité des personnels de l'établissement.

#### **SOPRA**

Le Parc des Ecrins a signé une convention avec la SOPRA (produits agro-industriels) d'une durée de trois ans (1990-1993), à l'époque de la création du Conservatoire botanique national alpin de Gap Charance et de l'installation du siège du parc national à Charance.

Le partenariat a porté sur un programme de réintroduction du bouquetin des Alpes et sur la réalisation de la série documentaire « *De sentiers en découvertes* », constituée d'une vingtaine de petits films pédagogiques numérisés, pour être diffusés en DVD.

Fort de ce partenariat, la SOPRA a sollicité le parc pour organiser son 50<sup>e</sup> anniversaire dans le Valbonnais, en 1998. La société a organisé à cette occasion, en liaison avec les agents du parc, une importante opération de nettoyage d'un sentier de grande randonnée, en fournissant du matériel et des vêtements labellisés au nom de la société et en offrant du matériel informatique à la communauté de communes. L'affaire fut fortement médiatisée, au grand dam des personnels qui ont eu l'impression de se faire manipuler. Depuis lors, le parc a cessé tous contacts avec les entreprises.

Il semble que le parc des Ecrins soit prêt à reconsidérer sa position, à la condition de mieux cerner les conditions du partenariat qui pourraient avoir des effets positifs sur l'économie des territoires et la création d'emplois.

#### **Parc national des Cévennes**

Depuis sa création en 1970, le Parc national des Cévennes n'a engagé aucune opération de mécénat. Le sujet, évoqué à l'occasion d'un conseil d'administration dans les années 80, a fait l'objet d'un rejet sans équivoque de la part de divers administrateurs.

Des contacts avec Péchiney-Ugine-Kuhlman sont restés sans suite.

Les agents du parc évoquent, à ce sujet, l'éthique calviniste des populations cévenoles qui ne souhaitent pas associer l'image du parc à une quelconque activité industrielle ou commerciale.

A noter cependant que le Parc des Cévennes a bénéficié, au même titre que les autres parcs nationaux, du mécénat IBM conduit par l'association « Horizons Parcs nationaux », sans que cela soulève la moindre protestation.

#### **Parc national de la Vanoise**

##### *Crédit Agricole*

Opérations de partenariat avec le Crédit Agricole de Savoie (devenu Crédit Agricole des Savoies en 1995) :

- trois conventions successives : 1992/1994 ; 1995/1997 ; 1998/2000. Apport financier pour la publication du journal annuel du parc, « *L'Estive* ».
- participation au 30<sup>e</sup> anniversaire du parc en 1993, en aidant au financement des produits de communication évènementielle.

##### *IBM*

Dans le cadre du partenariat parcs nationaux / IBM, fourniture de bornes interactives à l'occasion des Jeux olympiques d'Albertville.

##### *Timotéi*

Partenariat ponctuel avec Timotéi (shampoings), dans le cadre d'une opération produits-partage.

#### **Parc national de Port-Cros**

Les premières opérations de mécénat au Parc de Port-Cros remontent à 1992.

##### *Fondation Total*

Partenariat inscrit dans la durée, qui n'a jamais été interrompu de 1992 (date de la création de la Fondation d'entreprise Total) à aujourd'hui, avec la signature de conventions de cinq ans renouvelables :

- participation à l'édition de documents (réédition de l'atlas du PN de Port-Cros, guide du plaisancier, DVD sur la plongée en milieu fragile...).
- accueil et information du public (expositions, signalétique, bornes interactives...)
- aide à la constitution des collections fruitières (oliviers, figuiers, mûriers, pêchers) du Conservatoire botanique de Porquerolles
- participation à un groupe de recherche français sur la maladie du *bayoud* qui affecte les palmiers dattiers
- programmes d'éradication des plantes envahissantes (*Caulerpa taxifolia*)
- étude et mise en place de mouillages écologiques pour les bateaux de plaisance à Port-Cros (mouillages dits « à vis »), qui permettent de protéger les herbiers de posidonies
- organisation des « *Entretiens de Port-Cros* », séminaires à caractère scientifique qui ont lieu tous les deux ans
- soutien à diverses activités internationales en faveur de la biodiversité et de la restauration de milieux dégradés à l'initiative du parc ou de la Fondation Total (expertise du Conservatoire botanique de Porquerolles pour la restauration du jardin botanique du Hamma à Alger, grâce au financement de la Fondation Total).

Le parc national, dans la perspective d'échanges croisés, accueille des personnels de Total à Port-Cros ou à Porquerolles (membres du directoire, actionnaires...).

#### *Fondation Banque Populaire*

- Restauration d'un « tympan »<sup>7</sup> sur les Salins des Pesquiers (propriété du Conservatoire du littoral, dans le département du Var), avec l'appui scientifique et technique du parc national de Port-Cros pour le montage du dossier.

#### *Crédit Agricole*

- Sensibilisation sur l'intérêt et la fragilité des lagunes de Porquerolles
- Informations sur le cycle de l'eau

#### *SCREG*

- Remise en état de pistes sur Porquerolles

Le Parc de Port-Cros ne dispose pas, à l'heure actuelle, de Charte du mécénat. Il n'a pas non plus, en la matière, de stratégie élaborée pour la recherche de mécénat. Ses opérations se montent en fonction des opportunités. En 2006, des négociations étaient en cours avec Ikea.

#### **Parcs nationaux de France**

La loi du 14 avril 2006<sup>8</sup> a créé un nouvel établissement public dénommé « Parcs nationaux de France » qui a pour missions de :

- prêter son concours technique et administratif aux différents parcs nationaux, notamment par création de services communs
- apporter son concours à la gestion des personnels
- organiser et contribuer à la mise en œuvre d'une politique commune de communication
- représenter, le cas échéant, les parcs nationaux dans les enceintes nationales et internationales
- gérer la marque collective « Parcs nationaux »

<sup>7</sup> Roue à aube, qui permet l'élévation de l'eau pour l'alimentation des tables salantes.

<sup>8</sup> Loi n° 2006-436 relative aux parcs nationaux, aux parcs naturels marins et aux parcs naturels régionaux.

- contribuer au rassemblement des données concernant les parcs nationaux
- donner son avis au ministre de l'Ecologie sur la répartition des ressources financières attribuées aux parcs

L'ensemble de ces attributions ont pour objectif de mutualiser un certain nombre de fonctions communes aux différents parcs nationaux et d'accroître l'efficacité et la notoriété des parcs.

Parcs nationaux de France a prévu le recrutement d'un chargé de communication, qui aura officiellement dans ses attributions la charge de développer les partenariats au sein du réseau des parcs nationaux. Sa fiche de poste prévoit :

- la « *constitution d'un réseau de mécénat* »
- de « *mettre en valeur et faire connaître le patrimoine, les savoir-faire et la gestion des parcs nationaux auprès des mécènes* »

Il sera sans doute plus facile pour Parcs nationaux de France de définir une politique en matière de mécénat au bénéfice de l'ensemble du réseau, que pour chacun des parcs nationaux d'agir individuellement.

A noter que le guide Gallimard « Parcs nationaux de France » a été financé par la Fondation Total.

### **Parcs nationaux de France**

Président : Jean-Pierre Giran, député du Var

Directeur : Jean-Marie Petit

Mouna Abkari, chargée des relations publiques et du mécénat (Tél. 06 73 85 21 04)

Château de La Valette

1037, rue Jean-François Breton 34090 Montpellier

veronique.severac@espaces-naturels.fr

Tél. 04 67 52 55 23 Fax : 04 67 52 64 61

[www.parcsnationaux.org](http://www.parcsnationaux.org)

## **1.9 Fédération française de la randonnée pédestre**

1947 : création du Comité national des sentiers de Grande randonnée (CNSGR)

1957 : lancement du premier topo-guide

1978 : le CNSGR se transforme en Fédération française de la randonnée pédestre (FFRP). La FFRP est une association reconnue d'utilité publique.

1983 : création des Plans départementaux des itinéraires de promenade et de randonnée (PDIPR)

1997 : édition du livre blanc « *Un patrimoine en péril, 800 000 km à protéger* »

2003 : la FFRP organise au Sénat un colloque intitulé « *Le développement durable peut-il sauver le patrimoine des chemins de France ?* »

2006 : 183 000 licenciés

### **Missions**

La FFRP s'est fixé trois missions principales :

- développer la randonnée pédestre en France comme pratique sportive
- contribuer à la sauvegarde de l'environnement
- valoriser le « tourisme vert » et les loisirs

La FFRP entretient :

- 65 000 km de sentiers de grande randonnée (GR et GR de pays)
- 115 000 km d'itinéraires de promenade et de randonnée (PR)
- soit un total de 180 000 km de sentiers labellisés, balisés et entretenus

La FFRP bénéficie du concours de 6 000 bénévoles pour le balisage des chemins de randonnée.

La FFRP a créé en 1998, le réseau *Eco-Veille*, qui invite les randonneurs à remplir des *fiches-alerte* pour signaler les anomalies qu'ils sont amenés à constater lors de leurs excursions (notamment pour constater la présence de déchets le long des chemins). On comptait 49 départements concernés par le réseau de *Eco-Veille*, en 2005.

Les comités régionaux de la FFRP organisent des stages de perfectionnement pour leurs adhérents : montagne, milieux enneigés, connaissance des milieux patrimoniaux, faune, flore, astronomie, météo, géologie, milieu naturel, mycologie...

Les comités départementaux de la FFRP sont en relation étroite avec les Conseils généraux, les directions départementales des ministères (Jeunesse et sports, Agriculture, Environnement, Tourisme...), les comités départementaux du tourisme (CDT), l'ONF, les parcs naturels régionaux, les réserves naturelles, le Conservatoire du littoral, les collectivités locales, les associations de protection de la nature...

La FFRP, délégataire du ministère de la Jeunesse et des sports pour l'activité de la randonnée pédestre, peut ester en justice pour défendre le maintien et l'intégrité des chemins dont elle a la charge.

La FFRP, en sa qualité d'association de protection de l'environnement, est agréée par le ministère de l'Ecologie et du développement durable.

### **Communication**

Les topo-guides :

- la FFRP édite des topo-guides, qui lui confèrent une forte notoriété.
- la collection des topo-guides compte 260 titres
- 500 000 topo-guides ont été diffusés par la FFRP, en 2004

### **Stratégie mécénat**

La Fédération dispose d'une « *Note politique partenariale* », qui est l'équivalent d'un charte du mécénat. Cette charte définit les orientations suivies pour la recherche de mécénat d'entreprise, ainsi que les règles communes aux différentes instances de la FFRP.

Le mécénat est organisé de la manière suivante :

- Gaz de France est reconnu comme le seul *partenaire officiel* de la FFRP. Son engagement se fait au profit de l'ensemble des actions de la FFRP
- la Fédération a réparti ses missions en 5 familles d'activités :
  - Environnement
  - Bien être/Santé
  - Pratique sportive
  - Développement des territoires
  - Nouvelles technologies

La FFRP souhaite trouver un partenaire pour chaque domaine d'activité. Des négociations sont sur le point d'aboutir pour le secteur Bien être / Santé avec un groupe pharmaceutique.

- Les partenaires qui font profiter la FFRP d'avantages commerciaux appartiennent au groupe des *partenaires licences*.

A noter que l'ancien directeur du développement durable de Gaz de France est, depuis sa mise à la retraite, bénévole au sein de la FFRP, et apporte son concours à l'association dans le domaine des partenariats.

### **Les mécènes de la FFRP**

#### *Fondation Gaz de France*

La première convention de partenariat entre la FFRP et la Fondation Gaz de France a été signée en 1992.

Le partenariat avec Gaz de France (société + Fondation) se décline à deux niveaux :

- convention cadre nationale, signée avec la Fédération
- conventions régionales négociées par les comités régionaux de la FFRP et les délégations régionales de Gaz de France

Les conventions régionales concernent la totalité des régions. La Fédération se tient informée des conventions, sans pour autant se substituer à ses délégations régionales pour conduire les négociations.

La Fondation Gaz de France a le statut de « *Partenaire officiel* ». Elle s'est donnée pour objectif :

- la sauvegarde des sentiers
- la promotion de la randonnée
- la formation des jeunes (mécénat mixte social / environnement)

La Fondation souhaite par sa contribution promouvoir les valeurs suivantes :

- l'insertion de l'homme dans son environnement
- la protection de la nature
- le bien-être et les conditions de la vie quotidienne
- la contribution à la croissance et à la création de richesses

Elle souhaite également :

- faire accéder les femmes et les jeunes aux responsabilités
- organiser de nouveaux rapports entre le monde urbain et le monde rural
- établir des jumelages entre régions, en France et en Europe

Opération « *Un chemin, une école* »

- Opération lancée en 1996, dans le département des Landes qui consiste à choisir un itinéraire de randonnée, comme support pédagogique, pour une classe de 5<sup>e</sup>.
- 2006 : 65 opérations engagées
- 2007 : reconnaissance officielle envisagée par le ministère de l'Education nationale
- 1997-2006 : financement de 100 emplois-jeunes, dont 75 ont été pérennisés, en fin de contrats, par la FFRP

#### *Ricoré*

Partenariat (1996-2003) négocié par Publicis.

- Fourniture de petits déjeuners, lors de randonnées pédestres organisées à l'occasion de manifestations publiques
- Financement d'actions de communication : affiches, brochures, soutien à des manifestations locales

#### *E. Leclerc*

L'enseigne E.Leclerc a été qualifiée de « *Partenaire national* » par la FFRP.

- Convention signée pour une durée de 3 ans (2004-2006). Lancement de la campagne « *Partez du bon pied pour nettoyer les sentiers* », qui est en concordance avec d'autres opérations du même type lancées par la chaîne de magasins (sacs de caisses consignés, recyclables ; opération « *Nettoyons la nature* » avec 500 000 tonnes de déchets ramassés chaque année par 250 000 bénévoles).

- Participation au Salon des randonnées, pour échanger sur le thème « *Bien-être et santé* »

Le partenariat s'est achevé fin 2006 et n'a pas été renouvelé. Difficulté de concilier les objectifs de la marque au niveau national et les choix effectués en régions, par les magasins qui bénéficient d'une très large autonomie.

#### *Garmin / EME TecSat*

Les deux sociétés se sont engagées dans les trois champs du mécénat : mécénat financier, mécénat en nature et mécénat de compétence.

Garmin (leader mondial du GPS et de l'électronique embarquée) et EME TecSat qui assure l'import-export des matériels, proposent des GPS Topo aux randonneurs.

- Dotation de 245 GPS aux formateurs de la FFRP
- Versement à la Fédération de 2 % du chiffre d'affaires des commandes passées par les licenciés de la FFRP, qui bénéficient avec leur licence d'une réduction sur le prix de vente public
- Assistance en recherche / développement pour la numérisation des cartes (SIG de la FFRP, qui concerne le réseau des chemins de randonnées)
- Assistance juridique pour se prémunir du piratage informatique des fichiers cartographiques
- Engagement financier au profit de la Fédération, dans le cadre de conventions triennales

#### *Plein R et Compagnie*

Pour la marque Plein R et Compagnie (vêtements de sports) le partenariat est à caractère commercial :

- ristourne sur le chiffre d'affaires pour l'entretien du patrimoine des chemins de France
- réductions pour les achats effectués par les licenciés de la FFRP

#### *Medas instruments*

La société Medas instruments propose jumelles et longues-vues aux randonneurs :

- ristourne sur le chiffre d'affaires au profit de la FFRP

- réductions pour les achats effectués par les licenciés de la FFRP

### **Partenariats avec la presse**

- L'Express Mag publie tous les 15 jours un article qui propose « *Une idée rando* ». Deux fascicules de 16 pages sont publiés chaque année, avec le soutien de la Fondation Gaz de France.
- Terre Sauvage publie chaque mois un dossier sur les « *Sentiers sauvages* », accompagnés de « *Rendez-vous lecteurs* » pour leur faire découvrir les itinéraires proposés.
- Le magazine Paris-Mômes, diffusé en Ile-de-France, développe une rubrique régulière intitulée « *Randonnée en famille* ». En 2004, le magazine a diffusé un supplément « *Grandes randonnées pour petits pieds* ». Il a également présenté l'opération « *Un chemin, une école* », développée avec le soutien de la Fondation Gaz de France.

### **Moyens financiers**

Budget 2004 : 7,9 M €

- Editions : 34%
- Licences et cotisations : 28%
- Partenaires privés : 18%
- Partenaires publics : 9%

### **FFRP**

Président : Jean-Claude Burel

Directeur : Jean-Michel Humeau,

14, rue Riquet 75019 Paris

Tél. 01 44 89 93 93 Fax : 01 40 35 28 92

[info@ffrandonnee.fr](mailto:info@ffrandonnee.fr)

[www.ffrandonnee.fr](http://www.ffrandonnee.fr)

## **1.10 Rivages de France**

L'association Rivages de France fédère les gestionnaires des espaces naturels littoraux acquis par le Conservatoire du littoral, des organismes publics ou des propriétaires privés.

A ce jour, l'association compte quelques 220 adhérents (régions, départements, communes et leurs groupements, syndicats mixtes, ainsi que des établissements publics (Conservatoire du littoral, Office national des forêts, Parcs nationaux...), des associations de protection de l'environnement gestionnaires de sites naturels, des gardes du littoral, des agriculteurs et des personnalités qualifiées.

Budget annuel : 450 000 €

Effectifs : 4 agents salariés

### **Missions**

Veille juridique, appui technique aux collectivités et organismes gestionnaires, études ou expertises, réflexions et propositions dans le cadre de groupes de travail sur des thématiques susceptibles d'intéresser l'ensemble des gestionnaires : fiscalité écologique, accueil du public, gestion des sites, valorisation des compétences professionnelles, gestion des risques, mécénat et développement durable...

Rivages de France entretient des relations constantes avec 800 correspondants sur toutes les façades maritimes en métropole et outre-mer et édite une lettre électronique (toutes les 3 semaines) ainsi que des fiches pratiques (trimestrielles) pour faciliter les échanges d'information entre les membres du réseau. Ces fiches pratiques ont concerné successivement : *les sports de nature sur le littoral, l'accès au rivage, les nouvelles compétences de gestion sur le domaine public maritime, les logements de plein air sur le littoral...*

L'association organise chaque année le « *Forum national des rivages* » et tous les 3 ans le « *Forum national des gardes du littoral* », en plus de séminaires et autres rencontres sur des thématiques spécifiques.

Rivages de France entretient des relations constantes et nourries avec les pouvoirs publics nationaux et locaux, ainsi qu'avec les différents réseaux impliqués dans la protection du patrimoine naturel et les associations d'élus.

### **Mécénat**

Depuis 2006, Rivages de France établit un programme d'activité, accompagné de fiches techniques d'opérations pouvant faire l'objet d'actions de mécénat. Ces fiches portent sur l'organisation d'ateliers, de séminaires, du Forum annuel de l'association, la refonte du site Internet...

En novembre 2007, Rivages de France a pris l'initiative de coordonner les travaux d'un groupe de réflexion sur le mécénat au bénéfice de l'écologie et du développement durable, auquel participent des responsables d'entreprises, d'établissements publics, d'associations de protection de l'environnement... L'objectif de ce groupe, qui dépasse les seuls enjeux de la protection du littoral, est de favoriser l'émergence de propositions concrètes, acceptées par tous les acteurs concernés, susceptibles de favoriser le développement du mécénat environnemental, qui souffre singulièrement de la comparaison avec ce qui est fait par les entreprises dans le champ de la solidarité ou celui de la culture.

### **Les partenaires de Rivages de France**

*Dexia – Crédit local de France*

Partenariat éditorial (édition et diffusion), signé en 2006, avec Dexia :

- édition de fiches pratiques, à raison de 4 par an, sur la gestion des espaces naturels
- publication d'ouvrages dans la collection « *Politiques locales* » de Dexia

Il s'agit d'un mécénat de compétence, doublé d'un mécénat en nature.

*Intermarché*

Partenariat (2001-2005) négocié dans le cadre d'un accord tripartite entre Intermarché, le Conservatoire du littoral et Rivages de France.

Opération produits-partage concernant des articles de l'enseigne avec reversement de royalties pour l'équipement et la formation des « gardes du littoral » (organisation du Forum des gardes, ouvrages de référence, jumelles, matériels de mesure...)

180 000 € en 2001/2002, 130 000 € pour la période 2003/2005.

*Veolia Environnement*

Signature en 2006, d'une convention de 3 ans, dans le cadre d'un accord tripartite entre Rivages de France, le Conservatoire du littoral et Veolia, qui prend le relais du partenariat Intermarché en faveur des gardes du littoral.

*Soutiens ponctuels*

Des soutiens ponctuels ont été apportés par différentes entreprises pour l'organisation de manifestations initiées et conduites par Rivages de France :

Générale des Eaux, Crédit Maritime, Groupe Dauphin (afficheur), Lhôtellier (BTP)...

En 2006, Rivages de France a signé un contrat avec une agence pour démarcher les entreprises intéressées par le mécénat.

**Rivages de France**

Président : Jérôme Bignon, député de la Somme

Directeur : François Pitron

Siège de l'association :

Carolus / Route de Cabourg

14810 Merville-Franceville

Tél. 02 31 97 31 00 Fax : 02 31 96 68 78

Bureaux parisiens : Tél. 01 44 24 00 81

[rivages@rivagesdefrance.org](mailto:rivages@rivagesdefrance.org)

[www.rivagesdefrance.org](http://www.rivagesdefrance.org)

## **1.11 Conservatoire du littoral**

Mission : protection des espaces naturels fragiles ou menacés des rivages maritimes et lacustres par acquisition, transfert des terrains de l'Etat, dons et legs, dation en paiement. Bilan 2007 : 113 000 ha acquis depuis 1976, qui assurent la protection de 1 000 km de rivages, en métropole et outre-mer.

### **Mécénat**

Les opérations de mécénat concernent essentiellement la communication, l'éducation, la recherche, les études scientifiques et la restauration des sites.

Le Conservatoire a tissé au fil des années un réseau assez complet de partenaires mécènes :

#### *Fondation Total pour la biodiversité et la mer*

- Cession gratuite, en 1993, de 117 ha d'espaces naturels sur l'étang de Bolmon, au sud de l'étang de Berre (Bouches-du-Rhône).
- Actions de sensibilisation sur le thème de la préservation de la biodiversité littorale et marine.
- Financement de programmes de recherche sur les zones humides.
- Programme d'éradication de rats sur des îles bretonnes pour préserver les espèces aviaires.
- Financement d'un dispositif de pompage pour la gestion hydraulique des Salins des Pesquiers (Hyères).
- Edition, à partir de 1997, de cartes des terrains acquis par le Conservatoire, diffusées dans les stations services.
- Aménagement des rives de l'étang de Villepey (Var), avec la mise en place d'un sentier de découverte.
- Convention de 3 ans renouvelable : 200 000 € / an.

#### *Fondation Procter & Gamble France pour la protection du littoral*

Création, en 1992, d'une fondation d'entreprise dont la mission exclusive est d'apporter son soutien au Conservatoire du littoral.

Le partenariat de la Fondation P & G s'articule autour de 3 axes :

- développement des études et de la recherche (organisation des Ateliers du Conservatoire, études thématiques, création du « Prix Roland Paskoff » pour récompenser une thèse universitaire concernant la gestion du littoral).
- diffusion des connaissances (publication de l'Atlas des terrains du Conservatoire, financement du site Internet de l'établissement).
- réhabilitation de sites naturels (création du « *Sentier des Cabanes* » sur le domaine du Vigueirat en Camargue).

Conventions de cinq ans renouvelables. Partenariat conduit depuis 1992, sans interruption.

207 000 € / an.

#### *Fondation EDF - Diversiterre*

Partenariat engagé en 1991.

Participation à l'achat et à la restauration de sites : jardins du Rayol, marais d'Orx, Serre de la Madone, abbaye de Beauport...

Mise en lumière de certains sites : enfouissement des lignes électriques et éclairage des jardins du Rayol, mise en lumière de Serre de la Madone et de l'abbaye de Beauport.

Accueil des visiteurs : chalet de Blanquetaque en baie de Somme, île de Planasse (Aude), Abbadia (Pyrénées-Atlantiques), Lilleau des Niges sur l'île de Ré, tour génoise à Campomoro (Corse-du-Sud), sémaaphore de Kerpenhir à l'entrée du golfe du Morbihan...

Soutien aux programmes destinés à faciliter l'accès des sites aux handicapés.

150 000 € / an.

#### *Fondation Gaz de France*

Participation à la réhabilitation de la pointe du Raz et à la campagne de souscription qui l'a accompagnée, en collaboration avec le magazine Le Point.

Constitution des collections photographiques du Conservatoire, et soutien à la publication de monographies et d'ouvrages photographiques de référence aux éditions Marval, Filigranes et Images en Manœuvre.

#### *Fondation Dexia – Crédit local*

Soutien à la collection « Conservatoire du littoral », co-éditée avec Actes Sud qui présente les sites du Conservatoire. Une quarantaine de titres publiés, en 2007.

Soutien à la collection « Oiseaux du bord de mer » publiée aux Editions Hesse. 40 000 € / an.

Soutien à la collection « Ballades sur les sites du Conservatoire », aux éditions Dakota.

#### *Fondation Banque populaire*

Restauration du patrimoine maritime : phare de la pointe des Poulains à Belle-Ile-en-Mer, phare du Stiff à Ouëssant, sémaphore de Chausey, maison des douaniers du cap Taillat dans le Var.

50 000 € / an.

#### *Fondation Macif*

Initiatives pour inscrire l'économie sociale sur le territoire et notamment sur le littoral français, en créant des emplois durables ou en consolidant des emplois existants.

Soutien à des associations d'économie solidaires ou à des associations gestionnaires qui interviennent sur les terrains du Conservatoire : l'association Rivages propres pour l'entretien des dunes de la Slack (Pas-de-Calais), l'association Finocchiarola – pointe du cap Corse (Haute-Corse), l'association ADORA pour les jardins du Rayol (Var)...

Convention cadre de 3 ans. 30 000 € / an.

#### *Fondation du littoral*

Soutien à des programmes d'aide à l'agriculture littorale, pour aider le Conservatoire pour la gestion de certains de ses territoires, en permettant le développement d'activités productives respectueuses de l'environnement, susceptibles de procurer des revenus aux agriculteurs qui sont en même temps des gestionnaires d'espaces naturels. 10 000 € / an.

#### *Intermarché*

Opération conjointe (2001-2005) avec Rivages de France pour financer l'équipement des gardes du littoral (opération produits-partage). Opération qui a pris fin en 2006.

310 000 € sur la période.

#### *Veolia Environnement*

Prend la suite des opérations conduites par Intermarché, en faveur des gardes du littoral.

50 000 € / an.

Veolia a organisé avec le Conservatoire l'opération « *Les coups de chapeau de Victor* » qui vise à récompenser, chaque année, les projets qui contribuent à la protection des terrains du Conservatoire (nettoyage des plages, restauration de la végétation, protection des espèces animales, réhabilitation des milieux, mise en valeur du patrimoine naturel et culturel...).

Chaque année, Veolia récompense 10 lauréats (1 000 € par prix).

Veolia a soutenu la participation du Conservatoire à la *Fête de la Nature*, en mai 2007, dans le cadre d'une opération, qui s'est déroulée notamment dans le parc du Marquenterre, destinée à permettre l'accès à la nature aux personnes à mobilité réduite.

#### *Saur*

Soutien de projets liés à la ressource en eau, notamment par le partenariat conclu pour la gestion de la ressource en eau dans les jardins du Rayol.

50 000 € / an

#### *Armor-Lux*

Opération produits-partage sur des vêtements de la gamme et participation financière aux actions du Conservatoire.

#### **Partenariats ponctuels**

*Accor Thalassa de Quiberon*

Sensibilisation des élus locaux et des scolaires aux initiatives du Conservatoire sur la presqu'île de Quiberon + participation financière.

*BNP*

Financement d'un observatoire ornithologique en Camargue

*Thalgo Cosmetic*

Restauration de massifs boisés incendiés dans le massif des Maures, dans le cadre d'une opération produits partage.

*Lafarge*

Négociations en cours.

#### **La gestion des opérations de mécénat**

La cohabitation de différents mécènes qui interviennent au profit d'un même organisme ne pose pas de problèmes particuliers, dans la mesure où les actions des entreprises concernées sont clairement identifiées.

Le Conservatoire a mis en chantier en 2006 une charte du mécénat qui aura pour fonction de définir le mode de relations à entretenir avec les entreprises.

Le suivi des opérations de mécénat est assuré par le service communication du Conservatoire

#### **Conservatoire du littoral**

Directeur : Emmanuel Lopez

Directrice de la communication et du mécénat : Anne Konitz

a.konitz@conservatoire-du-littoral.fr

27, rue Blanche 75009 Paris

Tél. 01 44 63 56 60 Fax : 01 44 63 56 60

direction.paris@conservatoire-du-littoral.fr

www.conservatoire-du-littoral.fr

## **1.12 Ligue pour la protection des oiseaux**

La LPO définit ainsi ses missions : « *la protection des oiseaux et des écosystèmes dont ils dépendent et, en particulier, la faune et la flore qui y sont associées* ».

Crée en 1912, la LPO est une association nationale qui a obtenue la reconnaissance d'utilité publique en 1986.

La LPO est une ONG qui participe activement à la protection de la biodiversité. Préserver l'oiseau l'a conduit à préserver les milieux naturels qui accueillent les espèces.

L'association, structurée en délégations, groupes, relais et antennes est présente dans 69 départements et compte plus de 42 000 adhérents.

La LPO est le représentant officiel de *Bird Life International*, alliance mondiale qui regroupe plus de 100 organisations nationales et compte 2 millions d'adhérents dans le monde.

### **Missions et résultats**

- Gestion de 21 000 ha d'espaces naturels, dont 15 000 ha de réserves terrestres et maritimes qui concernent 9 réserves.
- Opérateur local pour l'élaboration de documents d'objectifs pour les sites Natura 2000
- Expertise et inventaires des habitats naturels
- Comptage et baguage des oiseaux
- Soins aux oiseaux blessés ou mazoutés, notamment grâce à six centres de soins
- Labelisation de 12 500 refuges LPO
- Valorisation et développement du tourisme de nature
- 3 500 animations ou programmes éducatifs pour les scolaires, chaque année
- Edition de différentes revues (*L'Oiseau magazine, Rapaces de France, Ornithos*)
- Gestion de « Boutiques nature » sur les sites de la LPO
- Campagnes de souscription, au profit d'espèces menacées
- Actions en justice

### **Partenaires**

La présence de la LPO dans 21 régions permet des échanges fructueux avec les partenaires et les correspondants des entreprises au niveau régional. Les opérations de mécénat ou de partenariat de la LPO sont sous la responsabilité du directeur de la communication et des partenariats. Les équipes locales de la LPO sont systématiquement associées aux opérations de partenariat pour optimiser les échanges de savoir-faire.

#### *Nature et découvertes*

Plus de 70 projets soutenus au cours des 13 dernières années, ce qui représente 450 000 € en budget cumulé, soit 10% des sommes versées par la Fondation Nature et Découvertes pour cette période.

#### *CEMEX*

Le partenariat avec CEMEX (industrie du granulat) concerne des réhabilitations de carrières et comporte deux volets : le premier se traduit par un mécénat financier, le second concerne des prestations.

#### *Fondation EDF*

La Fondation EDF finance des programmes en faveur de la protection de la biodiversité. Des opérations sont également soutenues par la fondation pour faciliter l'accès des espaces naturels à tous types de publics.

#### *Accor*

La LPO intervient en qualité de conseil auprès du groupe Accor pour la mise en œuvre de la *Charte environnement de l'Hôtelier* et développe un partenariat spécifique avec l'enseigne Etap Hôtel. Ce partenariat vise à sensibiliser les personnels et les clients de l'hôtel à la préservation de la biodiversité, en s'appuyant sur la découverte des sites naturels situés à proximité des établissements de l'enseigne.

*Crédit Agricole*

Le mécénat concerne un programme *Agriculture et biodiversité*, qui concerne environ 150 exploitations, dans 15 départements, et qui a pour objectif de développer la biodiversité en milieu rural.

*Evian*

Le mécénat d'Evian vise à favoriser la protection des zones humides et à soutenir les actions de la LPO pour la préservation de la ressource en eau.

*Fondation de France*

Programme pour la sauvegarde du faucon pèlerin

*Fondation Veolia*

Soutien à la mission migration

*Fondation Prince Albert II de Monaco*

Programme pour la protection de l'aigle de Bonelli

**Ligue pour la protection des oiseaux**

Président : Allain Bougrain-Dubourg

Directeur général : Michel Métais

Directeur de la communication, chargé des partenariats : Thierry Dutertre

thierry.dutertre@lpo.fr

Corderie Royale

B.P. 90263 – 17305 Rochefort cedex

Tél. 05 46 82 12 34 Fax : 05 46 83 95 86

lpo@lpo.fr

[www.lpo.fr](http://www.lpo.fr)

## 1.13 Fondation du patrimoine

La Fondation du patrimoine, est un fondation sui generis<sup>9</sup>, créée en 1996<sup>10</sup>, afin de promouvoir la connaissance, la conservation et la mise en valeur d'immeubles et de sites menacés de disparition caractéristiques du patrimoine et de l'architecture locale, et tout particulièrement ceux qui ne bénéficient d'aucune protection. Reconnue d'utilité publique<sup>11</sup>, la Fondation du patrimoine est soumise au contrôle de la Cour des comptes. Bien que son conseil d'administration compte des représentants des assemblées parlementaires et de divers ministères, la Fondation est indépendante de l'Etat.

*Membres fondateurs :*

Fondation privée, créée à l'initiative de l'Etat, la Fondation du patrimoine compte 14 membres fondateurs : Axa, Bellon SA (Sodexho-Alliance), Crédit Agricole SA, Danone, Devanlay, Fimalac SA, Fondation EDF, Indreco, L'Oréal, Michelin, Shell France, Parcs et Jardins de France, Vivendi. Apport initial des membres fondateurs de 40 M F (6,09 M €). La Fédération française du Bâtiment a rejoint les membres fondateurs, en 2000.

**Missions**

- Sauvegarde et mise en valeur du patrimoine de proximité. Edifices et sites menacés de dégradation ou de disparition (fermes, logis, clochers, pigeonniers, granges, lavoirs, abreuvoirs, fontaines, puits, ponts, moulins...).
- Transmission des savoir-faire et création d'emplois.
- Attribution de prix pour récompenser des initiatives de restauration exemplaires.
- La fondation peut décerner un label de qualité à certains projets, ce qui donne droit à des avantages fiscaux pour les propriétaires privés (pour des travaux extérieurs sur des édifices visibles de la voie publique). La fondation est le seul organisme privé habilité par le ministère de l'Economie et des finances à pouvoir octroyer cette autorisation de défiscalisation attachée au patrimoine non protégé de proximité. Il s'agit d'une prérogative de puissance publique qui lui est accordée par l'Etat.

*Le label peut être attribué au regard de différents critères*

- Immeubles non habitables constituant un petit patrimoine de proximité, en zone rurale ou urbaine
- Immeubles habitables les plus caractéristiques du patrimoine rural
- Immeubles habitables ou non habitables situés dans les ZPPAUP
- Sites paysagers remarquables<sup>12</sup>

Sont éligibles, pour le patrimoine bâti, les travaux réalisés à l'extérieur du bâtiment : couvertures, charpentes, façades, huisseries, menuiseries extérieures..., après avis favorable de l'Architecte des Bâtiments de France. Les déductions fiscales peuvent atteindre 50% du montant TTC des travaux de restauration et 100% du montant TTC des travaux de restauration lorsque ceux-ci ont obtenu au moins 20% de subventions publiques ou émanant de la Fondation du patrimoine (le montant défiscalisé est calculé net de subventions). Enfin, 100% du montant TTC des travaux, sur les revenus fonciers, sans application du seuil de 10 700 €, la première année, lorsque l'immeuble est donné en location.

*Avantages du recours à la Fondation du patrimoine pour le maître d'ouvrage*

- Possibilité de subventions croisées

<sup>9</sup> L'association a été constituée par des membres fondateurs qui ont apporté une dotation en capital. Elle recrute des adhérents regroupés en assemblée générale, au même titre que les associations, bien que l'AG ne dispose que d'un pouvoir consultatif. Trois représentants de l'AG siègent au conseil d'administration de la Fondation.

<sup>10</sup> Loi n° 96-590 du 2 juillet 1996.

<sup>11</sup> Décret du 18 avril 1997.

<sup>12</sup> Loi de finances rectificative 2006.

- Défiscalisation du montant des travaux, hors subventions, en cas d'attribution du label de la fondation
- Déductions fiscales, pour les particuliers, dans le cadre des souscriptions publiques

### **Organisation administrative**

- Conseil d'administration : membres fondateurs et grandes institutions nationales (ministères de l'Intérieur, de la Culture, de l'Environnement, Sénat, Assemblée Nationale, Institut de France), institutions locales (associations d'élus) et représentants des adhérents.
- Conseil d'orientation : associations de défense du patrimoine et personnalités qualifiées
- 3 000 communes adhérentes
- 26 délégués régionaux et 100 délégués départementaux. Les délégués départementaux sont les correspondants de la fondation pour la recherche de partenariats locaux, les contacts avec les propriétaires privés et les collectivités locales.
- 50 salariés et 350 bénévoles

### **Mode opératoire**

- La fondation n'est ni maître d'œuvre ni maître d'ouvrage des travaux de restauration
- Collaboration avec les services de l'Etat : DRAC, SDAP...
- Assistance technique : identification des édifices pouvant bénéficier de l'aide de la fondation, montage administratif des dossiers, ingénierie financière, capacité d'expertise et de conseil...
- Conventions avec les collectivités territoriales : régions, départements, communes.
- Conventions avec les associations nationales de sauvegarde du patrimoine (Maisons paysannes de France, Vieilles Maisons françaises, Parcs et jardins de France, Fédération des Parcs naturels régionaux, Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France, REMPART, FNASSEM...).
- La Fondation du patrimoine est habilitée à abriter des fondations sous égide. C'est ainsi qu'elle gère la fondation créée par le journaliste de télévision Sylvain Augier pour la protection des paysages.

### **Ressources financières**

- Apports des membres fondateurs (les frais de structure de la fondation, qui sont limités, sont couverts pour l'essentiel par les revenus de son capital)
- Subventions des régions, départements, communes, établissements publics de coopération intercommunale
- Cotisations des collectivités territoriales qui adhèrent à la fondation (barème en fonction des collectivités et du nombre d'habitants). En 2007, 79 conseils généraux et 17 conseils régionaux étaient membres de la Fondation du patrimoine.
- Souscriptions publiques en faveur de projets de sauvegarde à maîtrise communale ou intercommunale. Les fonds collectés sont attribués au maître d'ouvrage (moins 3% pour frais de gestion). Les souscriptions, souhaitées par les collectivités locales, faites par l'intermédiaire de la Fondation du patrimoine, ouvrent droit aux déductions fiscales. 1260 souscriptions ont été lancées par la Fondation entre 1999 et 2007, avec une forte progression des souscriptions d'année en année<sup>13</sup>. Les souscriptions se font toujours au niveau local pour une opération parfaitement identifiée.
- Mécénat des entreprises
- Dons et legs (particuliers / entreprises)

---

<sup>13</sup> 3 en 1999, 12 en 2000, 11 en 2001, 80 en 2002, 45 en 2003, 103 en 2004, 223 en 2005, 356 en 2006 et 427 en 2007.

Une disposition de la loi de Finances 2003<sup>14</sup> (initiative du sénateur Yann Gaillard) prévoit l'affectation d'une partie du produit des successions en déshérence à la Fondation du patrimoine afin de soutenir des actions de sauvegarde du « patrimoine public » non protégé. Fonds consacrés en priorité à des bâtiments dont la maîtrise d'ouvrage est assurée par des collectivités locales, des associations, des particuliers non soumis à l'impôt sur le revenu ou qui acquittent un impôt inférieur ou égal à 1 000 €.

Article 1<sup>er</sup> du décret n° 2004-868 du 26 août 2004 portant affectation d'une fraction du produit des successions en déshérence appréhendées par l'Etat à la Fondation du patrimoine :

*« Pour l'application des dispositions de l'article 7 de la loi du 2 juillet 1996, la fraction affectée chaque année à la Fondation du patrimoine du produit encaissé par l'Etat au titre des successions en déshérence qu'il appréhende est fixée comme suit : En 2003, 30% du produit encaissé en 2002*

*En 2004 et 2005, 40% du produit encaissé respectivement en 2003 et 2004*

*A partir de 2006, 50% du produit encaissé l'année précédente. Le versement qui en résulte ne peut être inférieur à celui effectué au titre de l'année 2003, dans la limite toutefois de la totalité du produit encaissé l'année précédente. »*

#### *Attribution du label fiscal par la Fondation*

- 101 en 2000, 318 en 2001, 453 en 2002, 523 en 2003, 853 en 2004, 1 182 en 2005, 1 041 en 2006 et 1 107 en 2007, soit 5 578 pour la période 2000 / 2007.

#### *Montant des travaux engagés avec le concours de la Fondation*

- 6, 154 M € en 2000, 15, 59 M € en 2001, 19, 33 M € en 2002, 17, 36 M € en 2003, 38, 29 M € en 2004, 60, 69 M€ en 2005, 49, 40 M € en 2006 et 64, 12 M € en 2007.

#### *Emplois maintenus ou créés par les travaux entrepris avec le concours de la Fondation<sup>15</sup>*

- 184 en 2000, 401 en 2001, 580 en 2002, 521 en 2003, 1 149 en 2004, 1 821 en 2005, 1 462 en 2006 et 1 900 en 2007.

#### *Argumentaire de la Fondation du patrimoine vis-à-vis des entreprises*

- La sauvegarde et la mise en valeur du patrimoine de proximité constitue une forte préoccupation des Français
- Elément majeur de la mémoire collective, créateur de lien social
- Référence aux racines et à l'identité collective
- Rôle fédérateur dans une société moderne en quête de repères
- Expression forte de la solidarité entre les générations
- Transmission des savoir-faire et des techniques traditionnelles
- Réinsertion des bâtiments légués par notre histoire dans la vie économique et sociale de notre pays
- Le patrimoine local fait partie intégrante du quotidien des salariés
- Possibilité de communiquer à faible coût sur les actions et les métiers de l'entreprise
- Renforcement des liens avec les collectivités locales, par le développement de l'économie locale et la participation à la mise en œuvre de projets soutenus par ces collectivités.

#### **Opérations de mécénat**

- En 1999, les membres fondateurs de la Fondation du patrimoine ont participé à un projet spécifique, pour un montant global de 4,6 M €.
- Don de 1 M € de Liliane Bettencourt<sup>16</sup>, en 2004, pour la sauvegarde d'édifices religieux non protégés par l'Etat au titre des Monuments Historiques et dont la maîtrise d'ouvrage

<sup>14</sup> Article 13 de la loi du 30 décembre 2002. Les modalités d'application du dispositif sont fixées par le décret n° 2004-868 du 26 août 2004.

<sup>15</sup> L'INSEE estime que 4,5 emplois sont créés ou maintenus, dans le domaine de la restauration du bâti ancien, pour 150 000 € de travaux.

<sup>16</sup> Sur le montant de 1 M €, la Fondation Bettencourt-Schuhler, est intervenue à hauteur de 500 000 €.

est assurée par une collectivité territoriale ou une association. Cette liberalité a permis la restauration et la sauvegarde de 120 édifices religieux.

- Don de 230 000 €, sur une période de six ans, par l'entreprise japonaise Shiseido (quatrième groupe mondial de cosmétiques), pour des opérations dans le département du Loiret (où sont implantés les trois sites de production de Shiseido). Ce don a permis de lancer 19 projets de restauration.
- Mécénat du groupe Hermès dans le Périgord où sont installés les ateliers de maroquinerie, de porcelaine et de cravates de la société (élection des édifices à restaurer par les collaborateurs des filiales du groupe).
- Convention (2006 / 2008) signée par la Fondation du patrimoine avec le groupe Total, en décembre 2005, pour 8 M € sur 3 ans.
- Convention triennale passée entre trois partenaires : Fondation du patrimoine / Fondation Veolia Environnement / Fédération des Parcs naturels régionaux, en novembre 2005.
- Soutiennent également la Fondation du patrimoine : Air Liquide santé, Motul, Michelin, Lafarge Granulats.

#### *Opérations de communication*

Lancement en 2006 du nouveau site Internet de la fondation, avec le soutien de la Fondation du Crédit Coopératif. Edition d'une newsletter mensuelle adressée à tous les internautes figurant sur les fichiers de la fondation. Depuis 2007, le site est également disponible en anglais.

Lancement en 2007 de la nouvelle lettre « *Patrimoine en devenir* », encartée deux fois par an dans « *Le Courrier des maires et des élus locaux* » et réalisée grâce au soutien de Dexia Crédit local.

Présentation en 2007 à Paris d'une exposition photographique destinée à montrer l'étendue des actions engagées sur le terrain par la Fondation du patrimoine. Cette exposition organisée grâce au soutien de nombreux mécènes (Fédération française du Bâtiment, Lhoist, Guilde des métiers de la chaux, Lafarge Granulats, Interlinks, Distilleries et Domaines de Provence) sera présentée en région tout au long de l'année 2008.

Participation à des salons nationaux, en moyenne, trois fois dans l'année (Salon du patrimoine, Salon des maires, Salon des notaires...).

#### **Fondation du patrimoine**

Président : Charles de Croisset

Directeur : Frédéric Néraud

Hôtel de Vigny

10, rue du Parc Royal / 75003 Paris

Tél. 01 53 67 76 00 - Fax : 01 40 70 11 70

[info@fondation-patrimoine.com](mailto:info@fondation-patrimoine.com)

[www.fondation-patrimoine.com](http://www.fondation-patrimoine.com)

## 2 LES ENTREPRISES MÉCÈNES

### 2.1 Fondation EDF

La Fondation EDF a été créée en 1987, sous l'égide de la Fondation de France. Elle a prévu de modifier ses statuts, en 2007, pour se transformer en Fondation d'entreprise.

La Fondation développe son activité dans les trois principaux secteurs du mécénat : nature, culture et solidarité.

La Fondation dispose d'un remarquable centre d'exposition en plein cœur de Paris, à l'Espace Electra<sup>17</sup>, qu'elle utilise largement pour mettre en valeur les initiatives de ses partenaires.

Dans le domaine de la protection de la nature, la Fondation a développé des opérations de partenariat, dans le cadre du mécénat d'entreprise, avec quatre porteurs de projets fortement impliqués dans la défense de l'environnement, en privilégiant les programmes à long terme.

#### **Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme**

1990 : EDF devient membre fondateur de la Fondation Ushuaïa, rebaptisée en 1995 Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme (FNH), au même titre que deux autres partenaires : Rhône-Poulenc et Ville de Paris.

Ce partenariat n'a jamais été remis en cause depuis la création de la Fondation Nicolas Hulot. Depuis 2003, le partenariat est suivi et assuré financièrement par la Fondation EDF.

#### *Opérations en faveur de la FNH*

- Aide à la construction des locaux de l'Ecole de Branféré<sup>18</sup> (Morbihan) aux normes HQE, avec notamment l'installation d'une pompe à chaleur géothermale, une mission de conseil et de suivi pour les choix techniques de construction et d'aménagement, le prêt d'un véhicule électrique.
- Participation à la campagne de sensibilisation « SOS Planète Eau », avec le soutien logistique du voilier-ambassadeur de la FNH, *Fleur de Lampaul*.
- Participation à la campagne « Ma ville, ça me regarde ». Programme pédagogique, avec usage d'un bus itinérant et des missions regroupées autour de cinq thèmes principaux : eau, bruit, transports, déchets, nature.
- Participation à la campagne « Sans nature pas de futur », avec financement par la Fondation EDF des spots publicitaires, livrets et films pédagogiques.

#### **Réserves naturelles de France**

1990 : signature de la première convention de partenariat entre la Fondation EDF et Réserves naturelles de France, fédération qui anime le réseau des réserves naturelles.

La Fondation EDF a toujours laissé une grande latitude aux gestionnaires de réserves naturelles pour proposer les opérations à prendre en compte dans le cadre du mécénat d'entreprise.

De 1990 à 2006, le partenariat de la Fondation EDF a concerné 115 réserves naturelles.

#### *Opérations en faveur du réseau des réserves naturelles*

- Accompagnement de nombreux projets visant à favoriser l'accessibilité des espaces naturels à tous les publics, avec depuis 1994 une réflexion approfondie sur l'accueil des publics handicapés, et la recherche d'une reconnaissance nationale pouvant déboucher sur la mise en place d'un label « Tourisme et handicap » et l'élaboration d'une « Charte européenne de la nature accessible à tous ». Sur ce sujet, la Fondation EDF a joué un rôle incontestable d'innovateur social.

<sup>17</sup> 6, rue Récamier, dans le 7<sup>e</sup> arrondissement.

<sup>18</sup> Ecole Nicolas Hulot, inaugurée en 2004.

- La Fondation soutient les initiatives en faveur de l'écotourisme, afin d'assurer l'équilibre entre préservation des milieux naturels, développement économique, éducation à l'environnement et accessibilité au plus grand nombre.
- Les interventions de la Fondation concernent des sujets divers : aménagements de maisons d'accueil, de sentiers de découverte, d'observatoires ornithologiques, équipements pédagogiques, signalétique, restauration de sites, expériences de pastoralisme, protection d'espèces menacées (gypaète, vautour fauve...), formation, accueil de classes vertes, publications...

Chaque réserve naturelle est considérée par la Fondation comme un lieu d'innovation susceptible de permettre la diffusion d'expériences nouvelles au profit de l'ensemble du réseau, dans des domaines aussi divers que l'approfondissement de la connaissance scientifique, la gestion conservatoire des milieux naturels, l'animation pédagogique, la communication.

- La Fondation a créé, en 2005, le Prix Jean-Roland, pour récompenser les initiatives qui contribuent à « *Réconcilier l'Homme et la Nature* » (montant du prix : 5 000 €).
- ***Conservatoire du littoral***

Au cours des quinze dernières années, les opérations financées par la Fondation EDF ont concerné une cinquantaine de projets.

#### *Mise en valeur de milieux naturels*

- Soutien à la création d'un verger conservatoire à Abbadia (Pyrénées-Atlantiques), gestion des milieux grâce au pastoralisme (La Hague, Le Rove...).
- Achat d'un bateau à fond plat pour la gestion des marais de Brouage et d'un bateau pour le suivi scientifique de l'archipel de Chausey, de camionnettes-ateliers équipées pour la gestion d'espaces naturels (Basse-Normandie, Languedoc).
- Mise en valeur des jardins du Rayol (Var), des jardins de Serre de la Madone (Alpes-Maritimes), du jardin Georges-Delaselle sur l'île de Batz (Finistère).
- Mise au point d'une base de données scientifiques sur les oiseaux migrateurs en baie de Somme.

#### *Restauration du patrimoine architectural*

- Restauration et mise en lumière de l'abbaye de Beauport (Côtes-d'Armor), d'un bâtiment de ferme du XVIII<sup>e</sup> siècle à Abbadia (Pyrénées-Atlantiques), du sémaphore de l'île du Pilier (Vendée), de la bergerie du domaine de Graveyron (Gironde), d'une grange sur l'île Milliau (Finistère), du fort de l'Ile-aux-Moines (Côtes-d'Armor).

#### *Communication*

- Participation à des expositions (Musée des Beaux-Arts de Caen, Espace Electra...) et à des publications (ouvrage sur les collections fruitières d'Abbadia, guide du sentier pédagogique du Pradet (Var), ouvrage de référence à l'occasion du 30<sup>e</sup> anniversaire du Conservatoire, Carnets de croquis aux éditions Gallimard...)

#### **Muséum national d'histoire naturelle**

Le partenariat avec le Muséum est lié à des opérations ponctuelles :

- études d'éclairage pour la rénovation des galeries de paléontologie et d'anatomie comparée du Muséum
- exposition « *Dessiner la nature* » présentée à l'Espace Electra (1996)
- restauration de deux fresques de Raoul Dufy (1997)
- exposition « *Rivages, Trésors et merveilles du littoral* » à l'Espace Electra (1999)
- aide à l'acquisition des manuscrits d'Alcide d'Orbigny (2001)

- exposition « *De l'homme et des insectes, Jean-Henri Fabre* » à l'Espace Electra (2003)
- exposition « *Piranhas enivrés, des hommes et des poissons en Guyane* » à l'aquarium de la Porte Dorée (2004).

#### **Fondation EDF**

Secrétaire générale : Corinne Chouraqui  
Chargée de mission du pôle Santé / Solidarité / Nature : Joëlle Cotten,  
26, rue de la Baume  
75008 Paris  
Tél. 01 40 42 22 22  
[www.edf.com](http://www.edf.com)

## **2.2 Fondation d'entreprise Total pour la biodiversité et la mer**

Fondation créée en 1992, après la conférence de Rio, qui a retenu comme axes de travail les domaines de la préservation de la biodiversité et de la protection de l'environnement.

La Fondation Total a développé des partenariats à long terme avec le Parc national de Port-Cros et le Conservatoire du littoral. Elle conduit des opérations ciblées avec, entre autres, l'Ifremer, le CNRS, le Muséum national d'histoire naturelle, l'UICN. La Fondation a soutenu plus de 150 projets pluriannuels entre 1992 et 2007.

### **Mécénat du Groupe Total**

L'entreprise Total conduit de nombreuses opérations de mécénat, notamment dans le domaine culturel et de la solidarité, qui sont indépendantes des activités de sa fondation d'entreprise :

- restauration de la Galerie d'Apollon du musée du Louvre
- participation à la fondation du nouveau Département des Arts de l'Islam qui doit voir le jour en 2009

### **Mécénat de la Fondation Total pour la biodiversité et la mer**

La Fondation Total soutient des projets en faveur de la biodiversité et des milieux marins en France et dans les régions du monde où l'entreprise exerce ses activités industrielles :

Nouvelle-Calédonie, Polynésie française, Venezuela, Australie, Maroc, Emirats Arabes Unis, Qatar, Indonésie... en partenariat avec des organismes de recherche ou de protection de l'environnement. Ces projets concernent 3 axes : recherche, réhabilitation et sensibilisation. A l'occasion du renouvellement de la Fondation en 2008, Total prévoit d'élargir les missions de sa Fondation d'entreprise aux deux autres volets du mécénat du Groupe : culture et patrimoine, santé, solidarité.

Quelques exemples de partenariats établis au cours des quinze dernières années :

#### **Parc national de Port-Cros**

- Partenariat initié en 1992. Convention-cadre, renouvelée par avenants.
- Les sommes investies par la Fondation, au profit du Parc national de Port-Cros, pour la période 1991 / 2007, s'élèvent à 2,8 M €.

#### *Thèmes d'intervention :*

Création d'un Observatoire de la biodiversité marine, étude de systèmes de mouillages écologiques pour la plaisance, les « *Entretiens de Port-Cros* » (rencontres tous les 2 ans entre scientifiques et acteurs de l'environnement marin), Code de l'éco-conduite en mer, charte de la « *plongée au naturel* », et de la « *plaisance au naturel* », restauration de pompes de relèvement des eaux sur les Salins d'Hyères...

#### **Conservatoire du littoral**

Programmes de recherche sur les zones humides, aménagement de sentiers de découverte des mangroves outre-mer, programme d'éradication d'espèces invasives sur des îles bretonnes pour protéger les espèces aviaires, édition de cartes du littoral et actions de sensibilisation du public...

#### **Ifremer**

Mise en place du réseau de surveillance benthique en Bretagne (programme de 5 ans, achevé en 2007), analyse et surveillance de la biodiversité en baie du Mont-Saint-Michel.

#### **Muséum national d'histoire naturelle**

Soutien des programmes concernant le milieu marin des expéditions de recensement de la biodiversité aux Philippines et au Vanuatu, co-production de l'exposition « *Les Abysses* ».

#### **Fondation Total**

Directeur de la Fondation : Guy Sallavuard

Responsable des programmes : Laure Fournier

2, place de la Coupole – La Défense 6  
92078 Paris La Défense Cedex  
T. 01 47 44 47 24  
[laure.fournier@total.com](mailto:laure.fournier@total.com)  
[www.total.com](http://www.total.com)

## **2.3 Dexia / Crédit local**

Le groupe Dexia Crédit Local, filiale du groupe européen Dexia, est spécialisé dans le financement des collectivités locales. A ce titre, Dexia accorde des prêts à taux avantageux pour soutenir les initiatives des collectivités territoriales qui contribuent au développement durable.

Dexia attribue, chaque année les « *Rubans du développement durable* », qui récompensent les collectivités dont les initiatives ont été particulièrement significatives. Cette opération est conduite en partenariat avec le Comité 21, l'Association des maires de France (AMF) et l'Association des maires des grandes villes de France (AMGVF). La remise des prix est effectuée avec une certaine solennité à l'Hôtel de Lassay, en présence du Président de l'Assemblée nationale.

Ces initiatives confèrent au groupe Dexia Crédit Local légitimité et visibilité dans le champ du développement durable.

La Fondation Dexia Crédit Local a été créée en 1993, sous l'égide de la Fondation de France. La Fondation intervient principalement dans le champ social pour améliorer la qualité de vie de personnes hospitalisées, et, pour l'essentiel, en faveur de l'insertion des jeunes en difficultés, en liaison avec la Délégation interministérielle à l'insertion des jeunes.

Dans le domaine de l'environnement, la Fondation soutient les politiques d'édition du Conservatoire du littoral :

- coédition avec Actes Sud de la collection « Conservatoire du littoral » qui présente les sites du Conservatoire (une quarantaine de titres, courant 2007)
- coédition avec les Editions Hesse de la collection pour enfants « Les Oiseaux du bord de mer ».

La Fondation Dexia Crédit Local a publié un almanach du développement durable avec la Fédération des parcs naturels régionaux et assure le financement et la diffusion de fiches techniques et d'ouvrages de vulgarisation pour l'association Rivages de France.

### **Fondation Dexia Crédit Local**

Bernard Deljarrie, directeur du mécénat

T. 01 58 58 70 43

1, passerelle des Reflets – Tour Dexia La Défense 2

92919 La Défense cedex

Delphine Defrain-Deodato

T. 01 58 58 68 20

[delphine.defrain@clf-dexia.com](mailto:delphine.defrain@clf-dexia.com)

## **2.4 Fondation d'entreprise Gaz de France**

La Fondation d'entreprise Gaz de France s'est fixé 3 axes d'intervention prioritaires :

- la lutte contre l'exclusion et l'isolement des jeunes. Dans ces domaines, la Fondation s'appuie sur le sport, la culture et la nature.

- la sauvegarde et la valorisation du patrimoine culturel, avec, notamment, un programme ambitieux de restauration et d'aide à la création de vitraux.
- la protection de l'environnement, en privilégiant la réhabilitation des grands sites naturels et la restauration des jardins menacés.

La Fondation Gaz de France a notamment participé, pour la protection du patrimoine naturel, aux opérations suivantes :

- réhabilitation de la pointe du Raz, au début des années 90
- réhabilitation du Cirque de Gavarnie, site classé au patrimoine mondial de l'UNESCO.
- convention de partenariat avec l'association « Réseau des Grands Sites de France »

Pour la protection des jardins, la Fondation est intervenu pour :

- la restauration et la préservation du jardin de Val Rahmeh (Alpes-Maritimes), propriété du Muséum national d'histoire naturelle
- création et entretien des « *Jardins passagers* » de La Villette, cultivés par des enfants dans le cadre d'un travail pédagogique
- travaux pour favoriser l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite dans les jardins du château de Versailles
- participation au financement des jardins du Musée des Arts Premiers, du quai Branly à Paris
- soutien aux « *Journées des plantes* » de Courson (Essonne)
- participation aux « *Rendez-vous aux jardins* » organisés par le ministère de la Culture.
- soutien à la collection « *Carrés de jardins* » publiée par les éditions Gallimard.

#### *Conservatoire du littoral*

- Publication de travaux d'artistes photographes réalisés sur les sites du Conservatoire, aux éditions Marval.
- Financement de la collection d'œuvres photographiques originales constituée par le Conservatoire du littoral.

La Fondation participe également à des opérations en partenariat avec le WWF, l'ONF et le Muséum national d'histoire naturelle.

La Fondation Gaz de France, fortement impliquée dans les opérations de mécénat, privilégie les partenariats de longue durée.

#### **Fondation d'entreprise Gaz de France**

Déléguée générale : Valérie Vigouroux  
 37, rue du Général Foy  
 75008 Paris  
 Tél. 01 47 54 28 02 – Fax : 01 47 54 20 93  
[www.gazdefrance.com](http://www.gazdefrance.com)

## 2.5 Danone

Le terme de mécénat ne fait pas partie du vocabulaire du Groupe Danone. On lui préfère celui de « *Business Model* » qui exclut toute forme de charité ou de compassion au profit de la notion de stratégie d’entreprise.

Danone fait du *business*. Le président du groupe, Franck Riboud, l’affirme haut et fort et déteste la confusion des genres.

Il n’empêche que Danone dispose d’une « Direction du développement durable et de la responsabilité sociale ».

Danone rapproche deux initiatives qui relèvent de la responsabilité sociale ou du mécénat d’entreprise, intégrées dans la notion de *Business Model* :

- Le partenariat noué à l’initiative de Franck Riboud avec Muhammad Yunus, fondateur de la Grameen Bank au Bangladesh. Danone, dans un souci d’ouverture de nouveaux marchés, d’innovation sociale, de renforcement de sa notoriété au niveau mondial a monté un chaîne de fabrication de yaourts à très bas prix<sup>19</sup>. L’entreprise ne fait pas de bénéfice, mais n’enregistre pas de pertes d’exploitation. L’opération est financièrement neutre. Elle correspond à une stratégie commerciale, doublée d’une politique de solidarité au profit de populations démunies.

Au Bangladesh, Danone expérimente des méthodes de gestion écologiques : emballages biodégradables, récupération des déchets…

- Un partenariat été également noué entre Danone et le directeur du réseau Ramsar, agence inter-gouvernementale, dont la finalité est de protéger les zones humides et la qualité de l’eau à travers le monde.

Dans les deux cas, le partenariat s’est construit sur la rencontre d’hommes hors du commun : Muhammad Yunus pour le Bangladesh, Delmar Blasco pour Ramsar. Franck Riboud avoue avoir été séduit par la personnalité de ses interlocuteurs et par l’originalité de leurs projets. En bon joueur d’échecs, il a pour ambition de toujours jouer « un coup d’avance » par rapport à ses concurrents. Preuve que le mécénat a une dimension économique et stratégique pour l’entreprise.

### Convention de Ramsar

Danone soutient la « Convention de Ramsar » depuis 1998. En 2002, l’entreprise a créé le « Fonds Danone Evian » en signant une convention de 4 ans dotée d’un budget de 1 M €. Cette convention est en cours de renouvellement. Les fonds attribués sont gérés directement par le Secrétariat général de la Convention de Ramsar.

Danone est le premier embouteilleur d’eau au monde. Franck Riboud considère que son entreprise et le réseau Ramsar partagent un intérêt et une ambition communs qui est de protéger la ressource en eau au niveau mondial. Le mécénat associe deux partenaires très différents l’un de l’autre. C’est, de l’avis de Franck Riboud, cette complémentarité qui fait du sens.

Pour Danone, la convention passée avec Ramsar répond à différents enjeux :

- valorisation des marques
- crédibilité
- engagement à long terme
- échange de savoir-faire avec les opérateurs de l’eau du réseau Ramsar

---

<sup>19</sup> L’entreprise créée conjointement par Danone et Muhammad Yunus porte le nom de « Grameen Danone Foods Social Business Enterprise ».

Le « mécénat » ainsi conçu, répond à deux objectifs :

- maximisation de l'impact social
- amélioration des performances économiques globales

Le partenariat Danone / Ramsar est fortement valorisé en interne et sert d'appui aux politiques de marketing du groupe sur le secteur des eaux minérales.

Danone soutient « Le jour de l'eau », en partenariat avec Ramsar et l'UNESCO, et récompense des initiatives remarquables dans le domaine de la protection de l'eau, par l'attribution du « Prix Spécial Evian », doté de 100 000 € pour chacune des trois catégories : Education ; Sciences ; Gestion.

**Danone**

Catherine Schwartz, chef de projet à la direction du développement durable et de la responsabilité sociale

Tél. 01 44 35 23 05

17, boulevard Haussmann  
75009 Paris

## **2.6 Fondation d'entreprise Procter&Gamble France pour la protection du littoral**

Crée début 1992, la Fondation Procter&Gamble France pour la protection du littoral a été une des premières fondations d'entreprise à voir le jour, grâce au nouveau cadre juridique offert par la loi du 4 juillet 1990 qui a donné aux entreprises une opportunité intéressante d'implication dans le champ du mécénat.

Pour sa fondation, P&G a choisi pour partenaire unique le Conservatoire du littoral. La Fondation existe depuis quinze ans. Elle a été renouvelée à trois reprises pour des durées de cinq ans, le dernier renouvellement ayant été décidé en 2007.

A noter qu'en 1991, en attendant l'approbation des statuts de sa fondation, P&G avait engagé un partenariat important avec le Conservatoire en finançant la publication d'un atlas des espaces naturels du littoral (1,4 M F).

La Fondation s'est fixée trois objectifs :

- *Soutenir la recherche*

Dans ce cadre, la Fondation a financé une vingtaine d'ateliers scientifiques entre 1992 et 2007, ouverts au public, concernant la connaissance et la gestion des milieux naturels, la fréquentation des sites, le développement de l'urbanisation sur le littoral... Tous ces travaux ont fait l'objet de publications dans une collection dirigée par le Conservatoire. Des thèses de doctorats ont également été financées par la Fondation qui a créé le prix Roland Paskof, remis chaque année depuis 2006.

Pour l'exercice quinquennal 2002-2007, un thème fédérateur a été choisi pour les travaux soutenus par la Fondation : « *la gestion durable du littoral, face aux risques naturels et aux pressions extérieures* ». Des études ambitieuses ont ainsi été également financées sur le nettoyage des plages, l'érosion des côtes, la connaissance des publics qui fréquentent les terrains du Conservatoire et l'impact des feux de forêts sur la faune et la flore en Méditerranée...

- *Diffuser les connaissances, notamment auprès du grand public*

Allant au-delà du soutien financier, la Fondation a mis en place un véritable mécénat de compétence pour aider le Conservatoire dans ses missions. La Fondation a, par exemple, assisté le Conservatoire pour la mise en œuvre de son site Internet. Elle a également permis la réalisation d'expositions, dont une de grande ampleur au Palais de la Découverte à Paris, en 2005. Des aides à différentes publications ont été apportées.

- *Participer à la réhabilitation des espaces naturels acquis par le Conservatoire*

Un sentier ludo-pédagogique, le *Sentier des Cabanes*, destiné aux enfants et adolescents a été réalisé sur le site des marais du Vigueirat, en Camargue. Ce sentier sera rénové grâce à l'aide de la Fondation à partir de 2008.

Dans le but d'optimiser les ressources de la Fondation et pour renforcer la cohérence entre ses missions et l'action globale de mécénat du groupe P&G en faveur de l'enfance en difficulté, la Fondation a profité de son renouvellement en 2007 pour créer une nouvelle mission d'aide aux enfants handicapés. En partenariat avec l'Association des Paralysés de France, la Fondation financera le surcoût lié au handicap de deux séjours d'APF-Evasion (service vacances de l'association), organisés à partir de 2008 avec l'aide du Conservatoire. Ce double soutien permettra aux enfants de découvrir les côtes françaises, encadrés par des professionnels qui chercheront avant tout à transmettre leur passion pour la nature et sa protection.

L'engagement de la Fondation P&G à l'égard du Conservatoire, qui représente un budget de 220 000 € par an, auxquels s'ajoutent les actions de mécénat de compétence, est compris par l'entreprise comme un engagement de longue durée, qui privilégie les études, la recherche et l'innovation, qui constituent l'ADN de la société.

Le partenariat engagé avec le Conservatoire se caractérise par un très fort professionnalisme de la part de l'entreprise et une réelle relation de confiance établie au cours des années entre les deux partenaires.

P&G, à travers ses actions de mécénat, cherche à renforcer, de façon pérenne, son engagement en faveur du développement durable. L'entreprise souhaite s'impliquer le plus possible auprès des communautés pour lesquelles elle opère, avec comme mots d'ordre : proximité, pérennité, innovation. L'entreprise considère qu'il est également important d'associer ses employés aux différentes actions de mécénat. La Fondation fournit une information régulière aux salariés sur les opérations en cours.

➤ La stratégie de P&G en matière de mécénat

A côté des actions conduites par sa fondation d'entreprise, P&G est présent dans deux autres champs de la philanthropie :

- P&G France soutient le programme « *SOS enfance mal-logée* », co-piloté avec la Fondation de France, par le biais d'opérations produits-partage, sur certaines références des marques du groupe. Les campagnes conduites par P&G rapportent environ 200 000 € par an, qui sont alloués au programme *Habitat* de la Fondation de France pour financer des projets d'aide au logement de familles avec enfants.
- Par ailleurs, les marques commerciales de P&G développent des opérations de mécénat spécifiques. C'est le cas pour Pampers pour l'opération « *Bébés du cœur* », le partenariat avec l'UNICEF, ou encore pour Duracell qui intervient auprès du Secours populaire français. « *L'Alliance pour une meilleure santé osseuse* » a été créée par P&G Pharmaceuticals-France et Sanofi-Aventis pour sensibiliser les femmes à la prévention de l'ostéoporose.

Au niveau mondial, P&G privilégie les opérations de mécénat au profit de l'enfance en difficulté, à travers son programme mondial de solidarité « *Vivre, apprendre et s'épanouir* » lancé en 2005, notamment dans le cadre d'une vaste opération d'accès à l'eau potable pour les enfants qui s'inscrit dans le programme « *Children's Safe drinking water Program* ».

Par ailleurs, P&G, qui compte 7 000 chercheurs parmi ses salariés au niveau mondial, développe au maximum ses relations avec les milieux extérieurs de la recherche, et est disposé, à ce titre, à amplifier les partenariats dans ce domaine hautement stratégique pour l'entreprise. La biodiversité, avec ses incidences sur l'alimentation et les soins du corps pourrait constituer un thème de recherche. La démarche est résumée par l'expression : « *Connect and develop* ».

#### **Fondation Procter&Gamble France pour la protection du littoral**

Président de la Fondation : Clive Stiff

Secrétaire générale: Ségolène Moreau

moreau.se@pg.com

163, quai Aulagnier

92600 Asnières-sur-Seine

Tél. 01 40 88 59 30

## 2.7 Fondation d'entreprise Veolia environnement

Créée en 2004, la Fondation d'entreprise Veolia Environnement<sup>20</sup> est dotée d'un budget annuel de 5 M €. Sur ce budget, environ un tiers est consacré, chaque année, à des opérations concernant l'environnement.

Henri Proglio, président directeur général de Veolia Environnement, présente la Fondation de la façon suivante :

*« Alors que les actions en faveur du développement durable s'inscrivent au cœur même de nos activités, Veolia Environnement souhaite pouvoir s'impliquer, sous toutes les formes possibles, dans la réalisation de projets ayant une forte dimension humaine, sociale et environnementale. C'est la raison d'être de la Fondation Veolia Environnement ».*

Le mécénat est en forte adéquation avec les activités du Groupe. Veolia environnement, leader mondial dans le domaine de l'environnement, est un acteur économique majeur du développement durable.

De mai 2004 à janvier 2008, la Fondation Veolia a soutenu plus de 600 projets<sup>21</sup>, qui ont concerné :

- La solidarité (44%)
- L'insertion professionnelle (28%)
- L'environnement (28%)

Une des particularités de la Fondation Veolia est que chaque projet est soutenu par un parrain, salarié ou retraité de l'entreprise. Plus de 1 000 collaborateurs se sont portés volontaires pour s'impliquer dans les projets de la Fondation. Ils assurent l'instruction des projets, leur suivi et leur évaluation. L'entreprise considère que le mécénat constitue un facteur d'attractivité pour le recrutement de ses collaborateurs.

L'aide de la Fondation est essentiellement financière. Mais, pour assurer la pérennité des projets qu'elle soutient, elle encourage et favorise le développement du mécénat de compétence assuré directement par les collaborateurs du groupe, en conjonction avec cet appui financier.

Dans son volet insertion professionnelle, la Fondation soutient en particulier des programmes de micro-crédit pour favoriser le retour à l'emploi et la création d'entreprise.

Les projets soutenus par la Fondation concernent indistinctement la France et l'étranger.

Depuis fin 2004, la Fondation Veolia assure le budget de la fondation allemande du groupe, la *Veolia Stiftung*.

### ➤ Sélection des dossiers

Le conseil d'administration de la Fondation sélectionne directement les projets d'un montant supérieur à 150 000 €. Il délègue à un comité de sélection (composé de collaborateurs du groupe) le choix des projets d'un montant inférieur à ce seuil, qui sont les plus nombreux.

Les témoignages des agents qui parrainent les projets sont rapportés aux réunions de sélection qui les concernent, ce qui contribue à créer une forte culture d'entreprise.

De façon générale, la Fondation privilégie les projets innovants et pérennes et soutient des projets d'investissement, excluant ce qui relève du fonctionnement ou de l'évènementiel, ou les projets pour lesquels des indicateurs de succès ne peuvent être définis.

### ➤ L'environnement

Sur la période 2004-2008, 172 projets ont concerné la protection de l'environnement : préservation des ressources naturelles, éducation à l'environnement, sensibilisation aux gestes éco-citoyens, lutte contre le changement climatique...

### *Projets soutenus par la Fondation*

<sup>20</sup> Le mécénat avait été précédemment pratiqué successivement par la compagnie Générale des Eaux et par Vi vendi Environnement.

<sup>21</sup> La Fondation Veolia reçoit plus de 1 000 dossiers par an.

Les projets soutenus par la fondation sont d'une grande diversité :

Inventaire de la richesse de la canopée de l'île de Santo (République du Vanuatu), par l'association Pro-Natura, en partenariat avec le Muséum national d'histoire naturelle, intervention d'urgence pour la dépollution du littoral libanais souillé par les hydrocarbures, programme en faveur de la cohabitation des activités humaines et des loups, promotion du vélo comme moyen de transport alternatif, soutien à des programmes de collectivités s'engageant en faveur du développement durable, amélioration de la consommation énergétique de bâtiments sportifs, récupération du biogaz issu du lisier de porc comme source d'énergie dans des villages du sud-ouest de la Chine, attribution d'un prix annuel du livre sur l'environnement, réhabilitation d'espaces naturels grâce à des entreprises d'insertion, ouverture de sentiers pour les personnes à mobilité réduite, installation de systèmes de collecte des eaux de pluie...

La Fondation s'est également engagée en 2007 à participer au financement de la future « Galerie de la biodiversité », espace pédagogique dédié aux enfants de 6 à 12 ans, à la Grande Galerie de l'évolution du Muséum national d'histoire naturelle.

La Fondation Veolia Environnement a reçu l'Oscar du mécénat d'entreprise, décerné par l'ADMICAL, en 2006.

**Fondation Veolia Environnement**

Président : Henri Proglio

Vice-Président délégué : Raymond-Max Aubert

Délégué général de la Fondation : Michel Avenas

15, rue des Sablons 75116 Paris

T. 01 71 75 00 00 Fax : 01 71 75 10 38

[Fondation.ve@veolia.com](mailto:Fondation.ve@veolia.com)

[www.fondation.veolia.com](http://www.fondation.veolia.com)

## 2.8 Fondation Nature et Découvertes

« Je pense que nous pouvons améliorer l'état de l'environnement et aller vers un monde plus chaleureux ».

François Lemarchand, président-fondateur de Nature et Découvertes a la conviction qu'il est possible et urgent de mettre la nature à la portée de tous et de rapprocher le monde de l'entreprise du monde de l'environnement.

Le mécénat pratiqué par Nature et Découvertes peut difficilement se comprendre hors la personnalité de son fondateur. L'entreprise N & D est une société privée, à caractère familial, puisque 80% du capital est détenu par François Lemarchand et son épouse (15% par le personnel).

F. Lemarchand a fait une partie de ses études aux Etats-Unis. Dans les années 80, à l'occasion d'un voyage à San-Francisco, il rencontre un professeur de Berkeley à l'origine de la création d'un magasin dénommé « *Nature Company* », destiné à initier les enfants à la nature. Il est également marqué par le fondateur de la firme Patagonia, le californien Yvon Chouinard qui consacre 1% de son chiffre d'affaires à la protection de l'environnement. L'idée le séduit. Il vend l'enseigne *Pier Import* qu'il dirige et crée Nature et Découvertes, en 1990.

L'activité commerciale et le mécénat de Nature et Découvertes reposent sur une même philosophie. L'enseigne ne fait quasiment pas de publicité directe. L'accueil dans les boutiques, la gamme des produits, les actions pédagogiques, le mécénat en faveur de l'environnement relèvent d'une même démarche : faire connaître (et vendre) le respect de la nature.

### ➤ Nature et Découvertes en chiffres

65 magasins situés en centre ville dans des agglomérations de plus de 150 000 habitants, 900 salariés, 153 M € de chiffre d'affaires, 4,5 millions de tasses de thé offertes aux visiteurs qui passent la porte des magasins, des vendeurs appelés « *guides-conseils* » formés à l'écologie pour mieux renseigner les clients, une collection de guides pratiques à 1 € pièce, 3 000 sorties nature organisées en 2006...

Depuis 2005, Nature et Découvertes organise une « Université de la Terre », forum de discussion sur les enjeux planétaires. Cette manifestation a réuni pour sa première édition, dans les locaux de l'UNESCO à Paris, 9 000 personnes.

### ➤ Un engagement en faveur du développement durable

Le « fonds de commerce » de Nature et Découvertes est basé sur la protection de la nature, la philosophie de l'entreprise également, ce qui assure une parfaite synergie entre l'engagement de la société en faveur du développement durable et son activité commerciale. Ceci loin de réduire le mérite des dirigeants de l'enseigne ne fait qu'apporter la preuve d'un management efficace et particulièrement utile à la cause de l'environnement.

Tous les bâtiments sont certifiés ISO 14001 (siège, entrepôts, magasins). L'entreprise, dans le but de réduire son empreinte écologique, établit depuis 2007 un bilan carbone de son activité, avec une attention particulière portée à la qualité des produits, aux économies d'énergie, au recyclage, aux certifications HQE.

### ➤ Actions pédagogiques

Nature et Découvertes publie différents ouvrages de vulgarisation sur l'environnement, notamment une collection d'ouvrages pédagogiques, intitulée « *Et si on vivait autrement ?* ». Les ouvrages, vendus 1 € pièce, sont disponibles dans ses magasins<sup>22</sup>. Ils sont destinés à enseigner des comportements écologiques. Nature et Découvertes en les proposant à prix coûtant reste dans sa logique qui est de sensibiliser le plus largement possible à la protection de l'environnement.

<sup>22</sup> « *Le bio dans votre assiette* », « *Etre écocitoyen* », « *Eduquer à l'environnement* », « *Votre habitat naturel* ».

Depuis 2000, Nature et Découvertes dispose d'un portail dédié à l'information environnementale.

Des sorties nature et des ateliers pédagogiques sont régulièrement organisés, à l'initiative des magasins.

Conférences-débats et projections de films en présence de conférenciers sont également organisés avec le concours de MK2 ou de Terre Sauvage.

#### ➤ La Fondation

La Fondation, placée sous l'égide de la Fondation de France, a été créée en janvier 1994. Elle est animée par deux salariés à temps plein. Elle bénéficie du concours des autres services de l'entreprise (serveur Internet, service communication, prestataires extérieurs...).

La Fondation est dotée d'un Comité de sélection de 16 membres qui examine et retient les projets aidés, deux fois dans l'année. Les votes se font à la majorité, le président de Nature et Découvertes ayant une voix double, en cas de partage des voix équilibré entre ceux qui sont pour et ceux qui sont contre la sélection du projet.

La Fondation organise des appels à projets autour de thématiques qui constituent, aux yeux de ses dirigeants, des enjeux majeurs ou insuffisamment pris en compte pour la protection de l'environnement :

« *Insectes en danger* », « *Zones humides et littoral* », « *Biodiversité en danger, des constats à l'action* »,...

Depuis sa création, Nature et Découvertes verse, chaque année, 10% de son bénéfice après impôt à sa Fondation<sup>23</sup>. Ceci a permis le financement de plus de 800 projets en 15 ans, pour un montant total de 4, 850 M €. De 1 000 à 1 500 associations ont bénéficié du mécénat de la Fondation N & D, depuis sa création.

La Fondation reçoit actuellement plus de 1 000 dossiers par an. Une première sélection permet de retenir 300 projets, puis dans un second temps d'en sélectionner 200. En fin de course 100 projets sont financés chaque année, pour des montants qui peuvent aller de 1 000 € à 20 000 €, certains financements sont reconduits plusieurs années consécutives.

La Fondation N & D a fait le choix de ne pas financer d'organismes ou de collectivités publics et d'apporter son concours au milieu associatif, en privilégiant les projets originaux, parfois modestes, qui ne retiennent pas forcément l'attention d'autres entreprises mécènes. Chaque magasin de l'enseigne dispose d'un « Relais Réseau vert », dont la responsabilité est confiée à un salarié. Ce responsable a notamment pour tache d'évaluer les projets soutenus par la Fondation qui se trouvent dans la sphère d'influence du magasin dans lequel il travaille. Il fait un compte rendu circonstancié au responsable de la Fondation du bon déroulement du projet.

Depuis peu, la Fondation finance des projets sur les territoires français outre-mer et en Afrique francophone. Les budgets alloués hors métropole ne dépassent pas 20% du budget annuel de la Fondation.

La Fondation Nature et Découvertes a reçu, en 1998, l'Oscar du mécénat décerné par l'ADMICAL.

Nature et Découvertes est membre de l'UICN depuis 2005.

#### Fondation Nature et Découvertes

Président-fondateur : François Lemarchand

Directeur de la Fondation : David Sève

1, avenue de l'Europe

78117 Toussus-le-Noble

T. 01 39 56 73 63

<sup>23</sup> Ce que François Lemarchand appelle « *L'impôt volontaire pour la planète* ».

[www.natureetdecouvertes.com](http://www.natureetdecouvertes.com)

## **2.9 Fondation Yves Rocher – Institut de France**

Fondation créée en 1991, placée sous l'égide de l'Institut de France depuis 2001.

### **Domaines d'action**

- *Trophée Terre de femmes,*

Le trophée Terre de femmes est remis, chaque année, à des femmes distinguées pour des actions jugées particulièrement remarquables et qui se battent pour la survie de la nature et le bien-être individuel (amélioration de l'environnement, sauvegarde du monde végétal, expérimentations reproductibles, aides aux personnes âgées, au personnes handicapées...)

Le Trophée Terre de femmes est attribué dans différents pays du monde, depuis 2003. En 2007, dix pays étaient concernés : Allemagne, Belgique, Pologne, Canada, Suisse, Espagne, Etats-Unis, Pays-Bas, Suède, Russie. Une lauréate est désigné dans chaque pays participant. Le Grand Prix international est attribué à une des lauréates sélectionnées par les différents jurys nationaux. La cérémonie de remise du prix international se déroule à l'Institut de France, tous les 8 mars, Journée internationale des femmes.

Le Trophée Terre de femmes est judicieusement ciblé (femmes qui font preuve d'une grande détermination), les projets récompensés sont souvent originaux. La création en cours d'un forum d'échange d'expériences permet des transferts de savoir-faire entre différents pays et différentes cultures.

- *Une école, un arboretum*

Il s'agit d'un programme d'actions d'éducation à l'environnement, de soutien technique, pédagogique et financier aux projets portés par des enseignants et leurs élèves. Le programme comprend : plantations d'arboretums (600 depuis 1991) et de haies, cours de jardinage, installation de parcours botaniques, restauration de friches...

- *Prix scientifique Terra Ficaria*

Prix créé en 2004, pour encourager les scientifiques et les chercheurs qui focalisent leurs recherches sur le monde végétal. Le prix scientifique est attribué à un travail portant sur une plante et son usage positif pour la société humaine.

Le jury composé de scientifiques de renom se réuni sous l'égide de l'Institut de France. Prix doté de 20 000 €.

- *La conservation des jardins historiques*

La Fondation Yves Rocher soutient la création et le développement de jardins botaniques, historiques et médicinaux en France et à l'étranger : abbaye royale de Fontevraud (Pays de la Loire), jardin des Neufs carrés de l'abbaye de Royaumont (Val-d'Oise), ferme de Bois-Richeux (Eure), jardin d'Assise (Italie)...

### **Fondation Yves Rocher – Institut de France**

Président : Jacques Rocher

Contact : Aurélia Carré

T. 02 99 08 37 10 Fax : 02 99 08 28 93

[Aurelia.carré@yynet.com](mailto:Aurelia.carré@yynet.com)

[www.yves-rocher-fondation.org](http://www.yves-rocher-fondation.org)

### 3 LE SECTEUR PROFESSIONNEL DU MÉCÉNAT

#### 3.1 ADMICAL, carrefour du mécénat d'entreprise

Fondée en 1979, l'association pour le développement du mécénat industriel et commercial (ADMICAL) a été reconnue d'utilité publique en 1992.

L'association a été présidée depuis l'origine jusqu'en 2008 par Jacques Rigaud, ancien directeur de cabinet du ministre de la Culture Jacques Duhamel, ancien président de RTL, auteur de nombreux romans et ouvrages d'actualité.

A l'origine du mécénat d'entreprise en France, ADMICAL accompagne les entreprises dans leur politique de mécénat. ADMICAL encourage le mécénat dans tous les domaines (culture, solidarité, environnement, recherche, sport...) et a pour missions principales de :

- représenter et soutenir les entreprises mécènes
- créer et animer un réseau d'échange et d'expériences
- former et accompagner les acteurs du mécénat

L'association a constitué, au cours des dernières décennies, un puissant lobby en faveur du mécénat d'entreprise. Elle a notamment entretenu des rapports constants avec les pouvoirs publics pour faire évoluer la législation en faveur du mécénat, notamment avec la préparation de la loi de 1987 sur les fondations, la loi de 1990 sur les fondations d'entreprise. Plus récemment, la « loi Aillagon » d'août 2003 qui prévoit un régime fiscal particulièrement favorable pour les particuliers et les entreprises mécènes a été inspiré par des propositions d'ADMICAL.

ADMICAL est également devenu, au cours des années, un véritable ambassadeur du mécénat d'entreprise en favorisant les rapprochements et en les faisant connaître.

- Les Rendez-vous d'ADMICAL
  - Tous les deux ans, ADMICAL organise les *Assises internationales du mécénat*, qui réunissent l'ensemble des professionnels intéressés par le sujet
  - Chaque année, ADMICAL décerne avec différents partenaires les *Oscars du mécénat*, largement relayés par la presse
  - Les *conférences thématiques*, organisées plusieurs fois par an sur des sujets transversaux et/ou d'actualités
- Les publications
  - Le *Répertoire du mécénat d'entreprise* est un annuaire de référence qui recense la plupart des grands partenaires du mécénat, en indiquant la nature de leurs engagements.
  - Le *Guide juridique et fiscal du mécénat et des fondations*, parfaitement à jour, est un peu la Bible des opérateurs du mécénat.
  - ADMICAL publie une revue bimestrielle, *Entreprises & mécénat*, qui rend compte de l'actualité du mécénat.
  - Par ailleurs, ADMICAL propose un site Internet, source unique d'information sur le mécénat d'entreprise.
- La formation

Organisme de formation professionnel reconnu, ADMICAL propose des sessions de formation qui contribuent à la professionnalisation des acteurs du mécénat.

- Le réseau
  - ADMICAL fédère 130 entreprises et près de 40 institutions, qui ont le statut de membres bienfaiteurs, actifs ou associés,

- est co-fondateur du Comité européen pour le rapprochement de l'économie et de la culture (CEREC),
- membre du Centre européen des Fondations à Bruxelles

ADMICAL, par son expertise, a permis la création d'organismes de promotion du mécénat au Japon, en République Tchèque et au Liban.

**ADMICAL**

Président : Jacques Rigaud

Déléguée générale : Marianne Eshet

16, rue Girardon – 75018 Paris

Tél. 01 42 55 20 01 Fax : 01 42 55 71 32

[contact@admical.org](mailto:contact@admical.org)

[www.admical.org](http://www.admical.org)

### 3.2 La Fondation de France

Lorsque la Fondation de France a été créée en 1969, la protection de l'environnement ne figurait pas dans les objectifs définis par ses statuts. Ce n'est qu'en 1997, à l'occasion de la révision de ses statuts que la Fondation a intégré l'environnement dans ses programmes.

Le président de la Fondation de France aime à rappeler que la Fondation « *a pour rôle d'intervenir localement, là où personne ne va, et à ouvrir des voies* ». Par ses initiatives la Fondation de France est très souvent amenée à expérimenter de nouvelles formes de solidarité. Elle intervient essentiellement dans les domaines de la solidarité et de la santé.

En 2000, la Fondation de France a créé en Amérique du Nord l'association « *Friends of Fondation de France* », reconnue par les autorités américaines comme « *Public Charity* », ce qui lui permet de bénéficier aux USA des déductions fiscales en vigueur les plus favorables.

#### ➤ Résultats financiers

Le bilan des ressources des la Fondation de France en 2005 s'est élevé à 216,5 M € :

- dons (collectes et apports aux fondations sous égide) : 65,3 M €
- legs et libéralités : 44,5 M €
- revenus du patrimoine immobilier et financier : 87,3 M €
- divers : 19,4 M €

Il est à noter l'importance des produits financiers dans les ressources de la Fondation de France<sup>24</sup>.

La répartition des dépenses par domaines d'actions a été, en 2005, la suivante :

- solidarité : 71,8%
- recherche médicale : 16,1%
- santé : 6,7%
- culture : 3,8%
- environnement : 1%
- autres : 0,6%

La part des budgets consacrée à l'environnement est particulièrement faible.

La Fondation de France intervient dans deux domaines distincts :

#### ➤ Les Fondations sous égide

La Fondation de France héberge un certain nombre de « *Fondations sous égide* », en intervenant en qualité de gestionnaire de fonds et de conseiller financier. La Fondation de France n'intervient que peu dans la définition des programmes de ces fondations sous égide, dans la mesure où les fondateurs ont souvent définis leurs objectifs de façon précise.

Fin 2006, la Fondation de France abritait 571 fondations sous égide, dont 55 créées par des entreprises. 12 d'entre elles sont dédiées exclusivement à l'environnement<sup>25</sup> (2 %) :

- 1981 : Conservatoire du littoral
- 1984 : Denis Guichard (prix annuel pour récompenser des initiatives en faveur de l'environnement)
- 1985 : Debeaumont pour la nature (protection de la nature)
- 1986 : Aasbac (bien-être des animaux de compagnie)
- 1989 : Forêt méditerranéenne (protection de la forêt)
- 1990 : Héliotrope (utilisation de l'énergie solaire)

<sup>24</sup> En 2005, le volume des placements financiers de la Fondation de France s'est élevé à 815,6 M €, contre 740,2 M € en 2004.

<sup>25</sup> Certaines fondations sous égide non répertoriées dans la liste, peuvent intervenir à titre secondaire dans le champ de l'environnement (c'est le cas, par exemple, pour la Fondation Dexia Crédit Local ou la Fondation EDF).

- 1990 : Odette Adeline (protection du monde animal)
- 1990 : Paul et Hélène Jourde (gestion du domaine de Branféré)
- 1990 : Pierre Sarazin (valorisation des métiers de l'agriculture)
- 1994 : Nature et découvertes (protection de la nature)
- 1998 : Marguerite Yourcenar (protection des paysages des Monts de Flandre)
- 2000 : Pour la forêt (protection de la forêt / initiative ONF)

Certaines fondations ne sont que de façon passagère sous égide de la Fondation de France, avant de se transformer en fondations d'entreprise (Fondation EDF) ou en fondations reconnues d'utilité publique (Fondation Nicolas Hulot).

De l'aveu des responsables de la Fondation de France, l'environnement est très peu prisé, jusqu'à présent, des donateurs ou des testateurs.

#### ➤ La collecte de fonds

Par ailleurs, la Fondation de France lance des souscriptions pour soutenir de grandes causes. Là encore l'environnement ne fait pas recette, à tel point que la Fondation de France ne s'aventure plus actuellement à lancer des souscriptions sur les thématiques qui concernent l'écologie et le développement durable.

La mission de la Fondation est de « *collecter, gérer, redistribuer* ». En 2005, la Fondation de France a collecté 35 M € pour soutenir ses programmes. Elle a affecté 1,1 M €, en 2006, pour deux programmes concernant l'environnement, dans le cadre d'appels à projets :

- « *Environnement sonores* »
- « *Ensemble pour gérer le territoire, concertation et médiation territoriale* », avec pour objectifs de prévenir ou résoudre les conflits environnementaux, aider le dialogue entre groupes locaux, encourager la gestion concertée des espaces sensibles.

Au préalable, la Fondation de France avait conduit deux autres programmes :

- *Le développement des territoires en déshérence*
- *La gestion des jardins familiaux*

Dans le champ de l'environnement, la Fondation de France ne s'intéresse pas à la protection des milieux, de la faune ou de la flore. Elle privilégie systématiquement l'approche sociale et l'usage des territoires.

### **Fondation de France**

Président : Yves Sabouret

Directeur général : Francis Charhon

40, avenue Hoche 75008 Paris

Tél. 01 44 21 31 00 - Fax : 01 44 21 31 01

[www.fdf.org](http://www.fdf.org)

### 3.3 L’Institut de France

L’Institut de France, créé en 1795, occupe l’ancien collège des Quatre-Nations, quai Conti à Paris. Il regroupe les cinq grandes Académies<sup>26</sup>.

L’Institut a reçu, au fil des siècles, par legs ou donations de très nombreux biens immobiliers, la plupart prestigieux, ce qui fait de cette institution le deuxième propriétaire foncier de France après l’Etat. Il est, à ce titre, bénéficiaire de multiples formes de mécénat.

➤ Le patrimoine de l’Institut de France

- Le duc d’Aumale, fils de Louis-Philippe, fait don en 1886 du domaine de Chantilly à l’Institut (château, bois, terres, pièces d’eau, immeubles, œuvres d’art, bibliothèque...). L’entretien du domaine s’est effectué au cours des années grâce à de nombreux mécènes. La restauration du domaine de Chantilly est actuellement financée par une Fondation créée par le prince Karim Aga Khan, pour une durée de 20 ans. La mise en œuvre du programme de restauration est conduite par un GIP, « *Initiative pour un Développement durable de Chantilly* »<sup>27</sup>.
- La villa Kérylos à Beaulieu-sur-Mer (Alpes-Maritimes) dont les décors sont inspirés de la Grèce antique, a été léguée à l’Institut par Théodore Reinach. Les aménagements ont été effectués grâce à des mécènes et notamment au mécénat d’entreprise.
- Donation par Edouard André et Nélie Jacquemart d’un hôtel particulier du XIX<sup>e</sup>, boulevard Haussmann à Paris, avec son mobilier, ses collections et ses œuvres d’art. L’Hôtel abrite actuellement le musée Jacquemart-André.
- Abbaye royale de Chaalis : le château et le domaine sont légués à l’Institut par Nélie Jacquemart, en 1912.
- Hôtel Dosne-Thiers, place Saint-Georges à Paris, légué à l’Institut par Félicie Dosne, affecté à la création d’une bibliothèque d’histoire moderne, constitué à partir de la collection particulière d’Adolphe Thiers, et enrichie par de nombreux legs et donations.
- Villa Ephrussi de Rothschild à Saint-Jean-Cap-Ferrat, léguée à l’Académie des Beaux-Arts, en 1934, avec ses collections.
- Château d’Abbadia, légué à l’Académie des sciences, en 1895, par Antoine d’Abbadie. Restauration avec le concours de mécènes.
- Manoir de Kerazan, situé entre Pont-l’Abbé et Loctudy (Finistère), légué à l’Institut par Joseph Astor, avec la collection de peintures du donateur. Restauration avec le concours de mécènes.
- Le château de Langeais, bâti au XV<sup>e</sup> siècle, donné à l’Institut par Jacques Siegfried. Restaurations en cours.
- Paul Marmottan lègue à l’Académie des Beaux-Arts, en 1932, un ancien pavillon de chasse devenu hôtel particulier, situé entre le jardin du Ranelagh et le bois de Boulogne, devenu le musée Marmottan qui contient la plus importante collection de peintures de Claude Monet au monde (legs de son fils, Michel Monet). Paul Marmottan lègue, dans des conditions identiques à l’Académie l’Hôtel de Boulogne qui abrite la Bibliothèque Marmottan.
- En 1966, Michel Monet lègue à l’Académie des Beaux-Arts, la maison et les jardins de Claude Monet à Giverny, ainsi que certaines de ses œuvres et les collections de tableaux acquises par le peintre.
- Legs de la maison de Louis Pasteur, dans le Jura, à l’Académie des Sciences.

<sup>26</sup> Académie française, Académie des inscriptions et belles-lettres, Académie des sciences, Académie des beaux-arts, Académie de sciences morales et politiques.

<sup>27</sup> qui regroupe l’Etat, l’Institut de France, *The Aga Khan Cultural Services*, France Galop, le conseil général de l’Oise, la communauté de communes de l’aire Cantilienne, la ville de Chantilly.

- Donation d'André Bussinger du château de Braux-Sainte-Cohière, en Champagne, à l'Institut.
- Don d'un hôtel particulier situé Queen's Gate, à Londres, à l'Institut, par Edmond de Rothschild, transformé en Institut de France à Londres.
- Le duc et la duchesse de Castries font don, en 1985, à l'Académie française du château de Castries, situé à proximité de Montpellier.

Depuis quelques décennies, les dons et legs de cette nature sont devenus exceptionnels en raison d'une offre qui se raréfie et d'une plus grande vigilance de l'Institut qui exige désormais que les donations de biens immobiliers soient accompagnées des moyens financiers correspondants à leur entretien.

La Bibliothèque Mazarine, quai Conti, est une des bibliothèques françaises les plus riches en manuscrits médiévaux, incunables et livres anciens. La Bibliothèque de l'Institut et la Bibliothèque Mazarine comptent à elles deux près de 2 millions de volumes. L'essentiel des fonds provient de dons ou de legs : legs Antoine Moriau, Lovenjoul, Madeleine et Francis Ambrière...

#### ➤ Les fondations sous égide

L'Institut abrite plus de 1 000 fondations, la très grande majorité d'entre elles sont des fondations dues à des initiatives privées. Ces fondations sous égide sont gérées par les services financiers de l'Institut, dans le respect des clauses imposées par les donateurs. Par son pouvoir d'attraction, l'Institut est devenu un acteur majeur du développement du mécénat. Les activités des fondations sous égide sont diverses. La très grande majorité d'entre elles concernent la recherche médicale, la solidarité, la recherche scientifique, le soutien à la création littéraire ou artistique...

On compte très peu de fondations abritées dédiées à l'environnement, thème peu retenu par les particuliers. Parmi celles-ci :

- Fondation Botiaux-Dulac pour la protection animale et la protection de l'avifaune en particulier
- Fondation Simone et Cino del Duca, qui s'intéresse à la mise en valeur et l'enrichissement du milieu naturel
- Fondation Yves Rocher qui se consacre à des actions d'éducation et de sensibilisation au monde végétal
- Fondation Avenir-Finance qui s'intéresse à la préservation de la ressource en eau et à la protection de l'environnement

Ces fondations attribuent des prix ou des bourses à des chercheurs, artistes, écrivains... La plupart du temps, les jurys sont composés de membres des différentes Académies, avant d'être soumis à la ratification des comités d'orientation des fondations. Le montant des prix attribué est souvent élevé.

- L'Académie française décerne, chaque année, environ 300 prix parmi lesquels les grands prix de la littérature, du roman, du théâtre, de poésie, d'histoire, de philosophie, de la francophonie... En 2005, le montant des prix attribués s'est élevé à plus de 8 M €.
- L'Académie des inscriptions et belles-lettres attribue des prix et récompense des publications.
- L'Académie des sciences encourage les chercheurs par l'attribution de prix : 34 grands prix de 7 500 à 76 250 €, auxquels il faut ajouter 25 autres prix.
- L'Académie des beaux-arts décerne un certain nombre de prix richement dotés et organise des concours dans les différentes disciplines artistiques. Elle gère également nombre de musées au travers de fondations culturelles : musée Marmottan à Paris, bibliothèque Marmottan à Boulogne-sur-Seine, musée Ephrussi de Rothschild à Saint-Jean Cap-Ferrat, maison de Claude Monet à Giverny...

- L'Académie des sciences morales et politiques attribue chaque année des prix aux livres, thèses de doctorat ou actions qui lui semblent dignes d'être distingués. Ces prix ont été créés au fil du temps par de généreux donateurs qui ont permis à l'Académie de jouer pleinement son rôle. Parmi les prix figurent : le Prix Edouard Bonnefous (environnement), le Prix Charles Aubert (histoire et droit), le Prix Louis Cros (éducation)...

L'Institut de France et les Académies font preuve de la plus grande discrétion pour ce qui concerne dons, legs et mécénat. Aucune publicité n'est faite auprès des notaires, aucune démarche n'est entreprise pour encourager la générosité publique.

L'Institut ne s'est jamais trouvé en position de demandeur. Il accueille ceux qui le sollicitent, écoute, reçoit les libéralités qui lui sont proposées, héberge les fondations qui souhaitent se créer sous son égide.

Ce positionnement, pour compréhensible qu'il soit, pose deux questions :

- l'attitude passive et bienveillante de l'Institut et des Académies, a pour résultat que la générosité ne profite que de façon marginale à l'environnement, thème d'importance majeure pour nos concitoyens.
- très peu d'entreprises se tournent vers l'Institut, alors que le prestige de l'institution pourrait constituer un atout pour les mécènes : composition des jurys, garanties scientifiques, qualité des publications, réceptions quai Conti...

**Institut de France**

Bureau des Fondations

Eric Peuchot, responsable du mécénat

23 quai Conti 75270 Paris cedex 6

T. 01 44 41 43 35 Fax : 01 44 41 44 30

fondations@institut-de-france.fr

### **3.4 Le Centre français des fondations**

Le Centre français des fondations (CFF) a pour mission de regrouper les fondations reconnues d'utilité publique, les fondations d'entreprise et les fondations abritées.

Les missions du Centre français des fondations sont les suivantes :

- mettre à disposition des fondations une plate-forme d'échanges et de mise en commun d'expériences pour constituer un réseau d'expertise, au moyen de réunions, de conférences, d'ateliers et de visites d'études.
- développer l'information sur les fondations auprès de tous les publics par la constitution de fonds documentaires, la réalisation d'enquêtes, d'études et de répertoires.
- apporter des conseils pour accompagner la création et le développement des fondations.
- représenter les intérêts communs des fondations françaises auprès des pouvoirs publics et de toutes les institutions nationales, européennes ou internationales concernées.

120 fondations adhéraient, en 2007, au Centre français des fondations.

Le site Internet du CFF propose différentes rubriques d'information :

- renseignements pratiques pour la création et le fonctionnement d'une fondation
- comptes rendus de colloques, études, articles...
- outils juridiques et fiscaux
- lettre d'information du CFF, évènements...

Le CFF est domicilié à la Fondation de France.

#### **Centre français des fondations**

40, avenue Hoche

75008 Paris

Tél. 01 44 21 31 27 Fax : 01 44 21 31 01

[info@centre-francais-fondations.org](mailto:info@centre-francais-fondations.org)

[www.centre-francais-fondations.org](http://www.centre-francais-fondations.org)

## 4 LE POIDS DU SECTEUR ASSOCIATIF

Les associations sont devenues des acteurs majeurs de la vie sociale en France. On en compte 243 000 pour le sport, 200 000 qui travaillent dans le champ de la culture, 200 000 dans le secteur des loisirs...

**Le secteur associatif représente :**

- 1 000 000 d'associations
- 70 000 associations créées chaque année (beaucoup disparaissent dans le même temps)
- budget annuel cumulé : 60 milliards €
- 12 millions de bénévoles
- 1,6 million de salariés (5 % des salariés en France)
- 150 000 associations ont des salariés
- 40 000 associations emploient plus de 10 salariés
- 600 000 salariés travaillent pour la santé et le secteur social

**Ressources financières des associations**

La majorité des ressources des associations est d'origine publique. Contrairement à une idée reçue, les subventions publiques n'ont pas diminuées en volume au cours des 5 dernières années. La répartition en est différente. Entre 2000 et 2005 :

- la part de l'Etat a diminué de 5 %
- la part des conseils généraux a augmenté de 25 %
- la part des conseils régionaux a augmenté de 35 %

Poids financier du secteur associatif par secteur d'activité :

- sport : 243,1 M €
- culture : 204,6 M €
- loisirs et vie sociale : 195,8 M €
- ...
- chasse et pêche : 22 M €
- défense de l'environnement : 18,7 M €

Les recettes se répartissent de la façon suivante :

- subventions des collectivités publiques : 51 %
- activités privées : 32 %
- cotisations : 12 %
- dons : 5 %

92 % des associations ont un budget inférieur à 7 500 € / an.

## 5 LE POINT DE VUE DE CHEFS D'ENTREPRISES

### 5.1 Le point de vue de Philippe Laget<sup>28</sup>

*Directeur du développement durable du groupe Société générale*

*« Le développement durable sera l'un des thèmes du débat pour les prochaines échéances électorales. Or, force est de constater les accès de faiblesse des Etats et institutions : baisse de crédibilité des hommes politiques, gestion souvent impécunieuse des deniers publics, dysfonctionnements de la régulation mondiale... »*

*Dans ces conditions, les entreprises, particulièrement les multinationales, porteuses de la puissante mondialisation, apparaissent comme les rares acteurs capables d'avoir un impact sur le cours des choses. Même si ce n'est pas leur finalité que de résoudre les maux de la terre, les entreprises, dont les profits et les capacités d'influence sont croissants, sont en devoir vis-à-vis du progrès.*

*Elles n'agiront pas par générosité, puisque la morale ne fait pas partie de leur univers. Mais bien par égoïsme naturel. Car une entreprise ne peut pas se développer dans des environnements dégradés. Il est de son intérêt de se préoccuper du milieu où elle opère et de s'assurer que la façon dont elle conduit ses affaires, non seulement ne cause pas de préjudice plus ou moins directs (c'est l'approche défensive du développement durable, basée sur les risques), mais surtout contribue au progrès économique et social.*

*Certes, les efforts de l'entreprise pour préserver le bien collectif butent sur des obstacles sérieux, tant le retour sur investissement est difficile à évaluer.*

*Les marchés, à la recherche d'une rentabilité à court terme, comprennent difficilement la pertinence des actions dont les impacts sont à long terme. Comme il serait utopique d'imaginer de changer les règles des marchés financiers, les entreprises qui se voudront durables vont devoir déployer des trésors d'imagination pour jouer intelligemment ce double jeu. Même s'il est difficile d'échanger une espérance de surcroît de rentabilité à long terme contre une moindre rentabilité à court terme, beaucoup de facteurs poussent à la gestion dans la durée.*

*Les investissements dans l'industrie sont de plus en plus lourds et nécessitent des durées d'amortissement qui dépassent parfois la vie active des décideurs. Les provisions pour passifs sociaux et environnementaux peuvent atteindre des dizaines d'années. Désormais, les démographes et prospectivistes commencent à travailler avec les stratégies d'entreprises.*

*Qui considère encore les programmes de formation comme une dépense qui plombe l'exercice, alors qu'il s'agit d'un investissement indispensable aux performances futures des collaborateurs ? Idem pour les investissements en recherche et développement, que le marché sait désormais correctement valoriser, non pas selon leur niveau absolu, mais via la qualité du processus d'innovation dans l'entreprise.*

*Le développement durable demande la réconciliation de l'actionnaire avec le citoyen. C'est à l'entreprise de convaincre ses propriétaires, dont elle recherche la fidélité, que les investissements en question jouent pour sa pérennité et sa rentabilité à long terme.*

*L'entreprise ne peut se contenter d'attendre les réglementations, l'expérience montre qu'anticiper les contraintes est gagnant. Les entreprises agiles savent comment les transformer en opportunités et faire du développement durable un facteur de différenciation.*

---

<sup>28</sup> Le Monde, jeudi 16 novembre 2006.

*Le développement durable, c'est plus de chiffre d'affaires. D'abord, par une politique commerciale orientée client et basée sur la transparence, le dialogue, la recherche de solutions gagnantes gagnantes. Sans confiance dans la durée, pas de fidélisation, pas de commerce. Ensuite, par le développement de produits et services innovants qui maîtrisent leurs externalités. Le potentiel des écotechnologies est considérable et l'appétit des consommateurs pour des produits durables est croissant. Quoi de plus motivant que de contribuer au progrès social par le développement économique des populations défavorisées et conquérir ainsi de nouveaux marchés ? Au moins 80 % de la population mondiale n'a pas accès aux services financiers : quel challenge pour les banques et la microfinance !*

*Le développement durable, c'est favoriser l'innovation et l'esprit entrepreneurial des équipes par une politique sociale qui encourage la diversité et le développement personnel. C'est augmenter l'attractivité de l'employeur : à rémunérations comparables, les jeunes talents privilégieront les entreprises qui donnent du sens au travail. Le développement durable, c'est enfin moins de frais généraux non stratégiques : la diminution des coûts et les réductions des impacts environnementaux vont de pair.*

*On le voit, rien de tout cela n'a trait à la philanthropie. Les entreprises ont trois bonnes raisons de s'engager davantage : parce qu'elles peuvent changer les choses, parce que la société le leur demande, parce que c'est leur intérêt bien compris. »*

## 5.2 Le point de vue de Gérard Mestralle<sup>29</sup>

Président directeur général de Suez

*« Il y a un avant et un après Grenelle de l'environnement. Cette mobilisation nationale sans précédent a pris acte de l'urgence écologique pour dégager des solutions à la hauteur de l'enjeu : la sauvegarde de notre planète et le futur de nos enfants. La croissance économique fondée sur l'utilisation massive des ressources n'est plus viable. Ce modèle provoque des dérèglements majeurs. Pourtant, renoncer à la croissance économique est impossible.*

*Le dialogue et la gouvernance mis en place par le Grenelle, associant entreprises, syndicats, pouvoirs publics, élus locaux, associations et citoyens, est un accélérateur de changement des comportements. Les quatre préoccupations principales des débats (réchauffement climatique, santé et biodiversité, préservation des ressources naturelles, gouvernance écologique) sont l'affaire de tous. Dans son discours, Nicolas Sarkozy a énoncé plusieurs mesures fortes ouvrant la voie à une société plus responsable, à la recherche d'une croissance durable et partagée.*

*Dans l'énergie, la lutte contre le changement climatique est un enjeu majeur. Face à ce phénomène établi du réchauffement de la Terre, dû à l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre, la stratégie d'action ne peut être unique. Il faut une offre énergétique diversifiée et locale associant toutes les formes de production : l'hydraulique, l'éolien, la valorisation des déchets, la biomasse, le gaz naturel, les réseaux de chaleur ou encore la cogénération.*

*C'est indispensable si nous voulons atteindre les objectifs visés par la Commission européenne d'ici à 2020 : 20 % de réduction des gaz à effet de serre, 20 % d'amélioration de l'efficacité énergétique et 20 % d'énergies renouvelables dans la consommation totale d'énergie primaire. Ces projets ne pourront à eux seuls répondre à l'immense défi du réchauffement planétaire : le nucléaire doit retrouver toute sa place. Dans les décennies à venir, il sera nécessaire de renforcer le parc nucléaire mondial et de poursuivre les efforts dans la recherche, l'innovation et la sécurité.*

*L'autre élément majeur de toute politique de responsabilité environnementale est l'utilisation rationnelle de l'énergie. Promouvoir l'efficacité énergétique, accompagner, conseiller les professionnels, les collectivités et les particuliers pour une meilleure gestion de leur consommation doivent être des objectifs prioritaires et quotidiens. En ce sens, la volonté politique de réhabilitation et de construction de bâtiments, de quartiers ou même de villes écologiques représente pour les industriels de formidables opportunités de croissance, fondées sur l'innovation, la bonne gestion et la maintenance, sans briser les ressorts du développement économique.*

### *Pas d'angélisme*

*Dans les domaines de la santé et de la préservation du milieu naturel, la France est confrontée à des enjeux majeurs : la dégradation de la biodiversité, de la qualité des sols, la pollution de l'eau... Pour préserver les ressources, privilégier des techniques innovantes comme le dessalement de l'eau de mer, la réutilisation des eaux usées ou la généralisation du recyclage des déchets. Cela doit se traduire par la mise en place rapide d'une économie « circulaire », où tout déchet devient la ressource nécessaire au produit de demain.*

*L'épuisement des ressources naturelles n'est pas une fatalité ; c'est un catalyseur d'innovations pour imaginer de nouveaux produits et gagner de nouveaux marchés. Dans l'entreprise, ces solutions techniques et opérationnelles doivent être soutenues par un management fortement impliqué et concerné par la croissance écologique. Les entreprises*

<sup>29</sup> Le Monde, vendredi 21 décembre 2007.

*lucides l'ont compris et intégré dans leur stratégie : le développement durable est la condition de leur réussite future.*

*Ecologie et croissance ne sont pas antinomiques. Le comprendre, c'est déjà une victoire. Mais ne faisons pas d'angélisme. Il reste encore beaucoup à faire ; il faut agir, et vite. L'engagement collectif en faveur d'une croissance durable est une véritable nécessité économique et sociale ; c'est aussi une formidable opportunité. Notre devoir en tant qu'entreprises internationales, gestionnaires de services publics essentiels à la vie, est d'aller plus loin et d'être plus ambitieux. A nous, acteurs industriels, avec l'appui des collectivités, des associations, des citoyens, de mettre en œuvre l'esprit du Grenelle sur la scène internationale. C'est notre responsabilité. C'est aussi l'intérêt de nos investisseurs. »*

### **5.3 L'engagement de la banque HSBC pour combattre le réchauffement climatique**

Le 30 mai 2007, le géant financier britannique HSBC a décidé d'affecter 100 millions de dollars (74,5 M €) d'investissement, au cours des cinq années à venir, pour combattre le réchauffement climatique<sup>30</sup>.

Cette somme sera répartie entre quatre ONG écologiques internationales : WWF, *Climate Group, Earthwatch Institute, Smithsonian Tropical Research Institute*).

En outre, son plan d'investissement de 100 millions de dollars s'accompagne d'un plan de formation de ses 312 000 salariés. Ceux-ci seront encouragés à se consacrer, sur leur temps de travail, à des projets écologiques. L'objectif de la banque est de recruter parmi eux 2 000 « experts climat », qui se mettront à la disposition des scientifiques mondiaux pour conduire des recherches<sup>31</sup>.

« *Notre responsabilité est de gagner de l'argent pour payer nos salariés, régler l'impôt aux gouvernements et servir des dividendes à nos actionnaires. Elle est aussi d'avoir une action responsable envers la société.*

*On ne changera les choses qu'avec l'implication combinée des entreprises, des Etats et des individus. »*

John Williams  
directeur de l'environnement HSBC

---

<sup>30</sup> En 2006, le bénéfice de HSBC a été de 12 milliards €.

<sup>31</sup> Anne Michel, *Le Monde*, 1<sup>er</sup> juin 2007.

## **6 POINTS DE REPÈRES**

### **Textes juridiques**

#### *Textes généraux*

- Article 238 bis du code général des impôts
- Loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat
- Arrêté du 6 janvier 1989 (définition du mécénat)
- Loi n° 90-559 du 4 juillet 1990 sur la création des fondations d'entreprises
- Décret du 30 septembre 1991 pris pour l'application de la loi du 4 juillet 1990
- Circulaire d'application du ministère de l'Intérieur du 17 octobre 1991
- Loi du 24 juin 1996
- Instruction fiscale du 26 avril 2000 qui précise la différence entre mécénat et parrainage
- Loi de Finances 2000 (reconnaissance de la légitimité des contreparties de l'acte de mécénat)
- Loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques
- Loi sur les musées de France n° 2002-5 du 4 janvier 2002 qui intègre plusieurs modifications sur le statut des fondations d'entreprise
- Loi n° 2003-709 du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations (dite loi Aillagon)

#### *Textes concernant la Fondation du patrimoine*

- Loi n° 96-590 du 2 juillet 1996 relative à la Fondation du patrimoine
- Article 13 de la loi de finances pour 2003 (n° 2002-1575 du 30 décembre 2002)
- Décret n° 2004-868 du 26 août 2004 portant affectation d'une fraction du produit des successions en déshérence appréhendées par l'Etat à la Fondation du patrimoine

### **Références bibliographiques**

- *Répertoire du mécénat d'entreprise 2007*, ADMICAL, novembre 2006.
- *Guide juridique et fiscal du mécénat et des fondations à l'usage des entreprises et des entrepreneurs*, ADMICAL, mars 2007
- *Ce qui motive les entreprises mécènes*, Virginie Seghers, Editions Autrement, 2007.
- *Le mécénat, acteur du développement culturel et artistique*, Royaumont, 3 et 4 février 2006, ministère de la Culture et de la communication.
- *Mécénat et développement durable au sein des entreprises : synergie ou concurrence ?*, Fondation de France, (sondage d'opinion IFOP, enquête de la Cofremca), novembre 2007.

JANVIER 2008