

Une opération de mécénat qui voit plus loin que les seules ressources financières

POURQUOI ? Le Havre a fêté ses 500 ans en 2017, avec un budget de 20 millions d'euros. Un quart a été financé par du mécénat. En 2018, la ville a de nouveau fait appel aux mécènes.

POUR QUI ? Tous types d'entreprises sont sollicités : grands comptes du CAC 40 et leurs filiales présentes sur le territoire, PME, TPE, artisans et commerçants locaux.

COMMENT ? Un groupement d'intérêt public est créé ainsi que des clubs de mécènes constitués et animés par la CCI. Un prestataire privé démarche les plus grands mécènes.

En lançant « Un été au Havre 2017 », la manifestation commémorant le 500e anniversaire de la création de la ville, les élus voulaient en renforcer l'attractivité et la notoriété. Un objectif ambitieux, qui nécessitait 20 millions d'euros.

Pour en financer une partie, mais aussi associer tous les acteurs du tissu économique à cette initiative, ils décidèrent de recourir au mécénat. « A l'origine, il ne devait y avoir qu'une seule édition. Nous avons donc choisi un groupement d'intérêt public car cette structure était éligible au mécénat, contrairement à une forme associative », explique son directeur, Thomas Malgras. Une autre entité juridique aurait peut-être été retenue s'il avait été prévu que la manifestation deviendrait pérenne.

Cependant, le mécénat n'arrive pas d'un coup de baguette magique : décréter qu'on va y recourir ne suffit pas à faire affluer les dons. « Le projet doit déjà être doté d'appuis politiques étayés par un budget important. Car, le mécénat ne se substitue pas au financement des collectivités, ce n'est qu'un apport complémentaire. Même en travaillant beaucoup, il est très difficile de financer plus d'un tiers ou un quart d'un projet », prévient Thomas Malgras. Pour les 500 ans, le GIP a réussi à collecter, sur trois ans, 2,5 millions de mécénats techniques et 2,5 millions de mécénats financiers, soit un quart du budget global. Pour l'édition 2018, les 800 000 euros de dons ont, là encore, représenté 25 % du budget.

Soirées privées

Le GIP a bien compris qu'il s'adresserait à différents types d'entreprises aux motivations multiples. Concernant la prospection des grands groupes nationaux, il a eu recours à un prestataire. Ce dernier touchait une commission sur les sommes levées. « Collecter des fonds nécessite un état d'esprit qu'on ne trouve pas forcément dans une collectivité. Jusqu'à présent, je n'ai rien trouvé de plus efficace que le système de la commission », assure Thomas Malgras.

Pour l'édition 2018, faute de temps, c'est surtout le mécénat local qui a été activé. En 2019, un prestataire devrait à nouveau intervenir pour une collecte nationale.

En parallèle, pour les acteurs du territoire, la chambre de commerce et d'industrie Seine estuaire a créé deux clubs de mécènes. Le LH club, fondé début 2016, est dédié aux grosses PME et aux filiales de grands groupes implantées sur l'agglomération. Pour l'édition 2017, il comptait 42 entreprises, qui ont donné chacune 25 000 euros. En 2018, une vingtaine de mécènes ont versé chacun 10 000 euros même si le budget de la manifestation avait été divisé par sept. « Le mécénat se prépare en amont, mais on peut aussi faire de très belles choses au dernier moment. Pour cela, il faut cependant avoir une bonne connaissance du tissu économique et des chefs d'entreprise », souligne Léa Lassarat, présidente de la CCI Seine estuaire. Ainsi, le club TPE PME n'a vu le jour qu'en février 2017. Il a fédéré 130 TPE PME sur l'édition 2017 (avec un don de 1 000 euros par membre) et en compte aujourd'hui encore près de 70. Début 2017, la CCI s'est aussi rapprochée des commerçants.

L'objectif était de rallier 500 d'entre eux qui deviendraient des ambassadeurs de l'événement. Ils sont 1 300 à avoir répondu présent et à avoir versé chacun 100 euros. Les motivations des mécènes étant diverses et variées, il faut travailler sur les contreparties. Certaines entreprises ont pu organiser une réception au sein d'un des salons de l'hôtel de ville, dans un musée ou une bibliothèque. D'autres ont invité, lors d'expositions, des clients ou leurs collaborateurs à des soirées privées.

Imagination

Plus les contreparties sont personnalisées, plus elles touchent et fidélisent le mécène. « Attention cependant à rester prudent pour ne pas dépasser les plafonds fixés par la loi. Il faut faire preuve d'imagination. Ce ne sont pas forcément des choses chères qui sortent de l'ordinaire », assure Thomas Malgras. Ainsi, les membres du

club TPE PME ont reçu des mains d'un artiste la reproduction dédicacée d'un de ses dessins. Coût modique, mais effet garanti !

Claire Chevrier

AVANTAGES

- Montant collecté élevé.
- Implication du tissu économique.
- Création de lien et fédération des entreprises.

INCONVÉNIENTS

- Beaucoup d'énergie requise pour recruter les mécènes et animer les clubs, de pugnacité et de créativité
- Rigueur requise sur la valeur des contreparties, afin que la défiscalisation ne puisse être remise en cause.

Manifestation

En 2017, 41 projets locaux, plus de 2 millions de participants, 20 artistes, 20 associations, 1 200 commerçants impliqués et plus de 200 entreprises mécènes.

Contact

Thomas Malgras, directeur du GIP, contact@lehavre2017.fr

L'EXPERTE - LÉA MORGANT, responsable « juridique et affaires publiques », formatrice à l'Admical, association pour la promotion du mécénat - « Créer des synergies, fédérer les entrepreneurs du territoire au-delà du projet »

« Le groupement d'intérêt public "Un été au Havre" a utilisé les réseaux de ses membres pour aller chercher des acteurs qui, souvent, n'avaient jamais fait de mécénat. Cela constitue un vivier

important puisque seules 9 % des entreprises françaises sont mécènes. Le GIP a compris qu'il n'y a pas de petits dons. Permettre de participer, à hauteur de 500 ou 1 000 euros, offre à toutes les entreprises qui le souhaitent la possibilité de devenir actrices de l'opération. Monter des clubs a permis de fidéliser les mécènes, ce qui est important car, statistiquement, les PME et TPE ne donnent que très ponctuellement. Ces clubs ont aussi créé des synergies entre les membres, allant bien au-delà de

l'opération "Un été au Havre". Le GIP a réussi, autour d'un projet, à lancer une dynamique, à fédérer les entrepreneurs du territoire. »

80 M€

Ce sont les retombées économiques générées par « Un été au Havre 2017 », dont 70 millions rien que pour le tourisme. Sur les 20 millions d'euros de budgets, plus de la moitié est restée sur le territoire.

Source : Etude d'impact commandée par le GIP auprès du cabinet Gece.