

Atelier mécénat et patrimoine

Intervenants :

Bernard CASSAGNET, Délégué Régional Occitanie pour la Fondation du Patrimoine

Bertrand BADEL, Directeur du Développement d'Eurocape New Energy

Julie BIRS, Responsable du Club des entreprises mécènes de VNF

Le mécénat « grand public » ou d'entreprises s'est progressivement imposé comme un moyen de financement incontournable pour faire face aux enjeux de conservation du patrimoine. VNF a initialisé cette démarche sur le Canal du Midi, puis s'est diversifié sur d'autres opérations de rénovation emblématiques de son patrimoine (pont canal de Briare, écluse Le Corbusier de Kembs-Niffer ...)

La fondation du Patrimoine, véritable institution en France, s'est dynamisée et modernisée avec des opérations d'attribution de subventions à la rénovation du patrimoine public innovantes comme le loto du patrimoine, les jeux de grattage lors de la journée du patrimoine... Un partenariat fondation du patrimoine / VNF a été conclu afin de permettre à VNF d'accéder plus facilement à des opérations de mécénat ou demandes de subvention. Grâce à ce partenariat, c'est environ 850k€ que VNF a pu lever en faveur de son patrimoine.

Concernant le mécénat, celui-ci est proposé aussi bien aux individuels qu'aux entreprises. Le mécénat contribue à soutenir une action en faveur de la rénovation d'un élément patrimonial. Il est accompagné par une action de communication ciblée permettant de se faire connaître et de contribuer à plaider la cause de l'élément patrimonial à soutenir.

Du côté des sociétés privées, si le mécénat permet une défiscalisation partielle des dons, ce n'est pas pour cette seule raison que les entreprises s'engagent. Il faut que l'action, ou le patrimoine financé, corresponde aux valeurs portées par l'entreprise. C'est aussi une manière d'inscrire son action dans un collectif, et de montrer son attachement à un territoire. De ce point de vue, l'existence d'un « Club de mécènes » est un atout important.

Si les entreprises apprécient de pouvoir disposer d'outils et d'occasions de communication, elles doivent aussi mettre en place leur propre dispositif pour gagner en impact et en audience.

Du côté de VNF, s'il reste très important de garder un ancrage territorial à certains projets, on a aussi constaté le souhait de « grands mécènes » de pouvoir soutenir des projets de plus grande envergure, à l'échelle nationale avec des déclinaisons locales. Une recherche est en cours pour identifier des biens ou des actions « finançables ».