

Mécènes avec la Fondation d'Auteuil, votre engagement pour les jeunes prend tout son sens



Les bouleversements et cassures socio-économiques actuels frappent d'abord la jeunesse qui, pour une part d'entre elle, ne se reconnaît plus d'avenir. Décrochages, violences, désespoir... témoignent d'un profond désarroi qui fragilise la société tout entière. En soutenant la cause de cette jeunesse en grande difficulté, vous pouvez donner du sens au développement de votre entreprise et à l'engagement de vos salariés. Vous devenez ainsi acteur de la construction d'une société plus humaine et plus juste. La jeunesse constitue les forces vives de vos entreprises. C'est pourquoi votre engagement pour les jeunes a véritablement du sens. En devenant partenaire de la première institution privée française de soutien à la jeunesse en difficulté, vous aiderez ces jeunes à reprendre le chemin de leur vie. Grâce à votre engagement, la Fondation d'Auteuil pourra leur proposer le soutien, l'accompagnement et le suivi personnalisé qui les remettra debout. Elle parle le même langage que vous, celui de la générosité et de l'efficacité.

Elle fonctionne sur le même mode que le vôtre, celui d'une gestion privée, dynamique et inventive.

Une vraie démarche de partenariat autour de huit grands programmes

Chaque entreprise solidaire l'exprime sous des formes particulières. Ensemble, nous pouvons définir un projet d'avenir qui s'inscrit dans l'un de nos huit programmes prioritaires, lesquels couvrent l'accueil, l'éducation, la formation et l'insertion des enfants et des jeunes. Chaque programme est constitué de dizaines de projets constamment réactualisés, de toute taille et de toute origine géographique. La diversité des projets correspond à celle des besoins réels des jeunes en difficulté. Selon vos centres d'intérêt et les savoir-faire de vos salariés, nous construirons ensemble le projet qui répondra également à vos attentes.

Imaginer ensemble de nouvelles solutions

Associer vos marques sous forme de « produit-

partage », offrir du matériel informatique, permettre à votre personnel de nous soutenir, organiser ensemble un événement de soutien..., nous imaginerons ensemble vos missions sur mesure de mécénat. Les jeunes que nous accueillons, des petits enfants jusqu'aux grands adolescents, ont les mêmes besoins que les vôtres. Aidez-nous à les aider à devenir des adultes, confiants dans l'avenir.

Roland Raymond

Merci à... ANCV, L'Atelier des chefs, Business Objects, Caisse d'Épargne, Citi, CNIEL, Disneyland® Resort Paris, ECS, Festival des Pains, Fondation Air France, Fondation Banque Populaire Provençale et Corse, Fondation BTP PLUS, Fondation Club Méditerranée, Fondation FARE, Fondation Groupe SEB, Fondation La Française des Jeux, Fondation MACIF, Fondation Meeschaert pour l'Enfance, Fondation Pleyel, Fondation René Lacoste, Fondation Robert Abdesselam, Fondation Saint Gobain Initiatives, Gen Re, Grosvenor, Groupe Safran, HSBC, Inocap, LEGO, Nokia, PartnerRe, Société Générale, State Street, Total, Vivendi



Nos huit programmes prioritaires ouverts au mécénat

« Bâtir pour mieux accueillir »

Créer de nouveaux espaces d'accueil dans nos 200 établissements

« Former pour mieux réussir »

Redonner l'envie d'apprendre, équiper mieux pour former mieux

« Eduquer pour mieux grandir »

Apprendre à vivre ensemble, ouvrir les jeunes au monde

« Renforcer les liens familiaux »

Rapprocher les jeunes de leurs familles, apprendre à être parent

« Trouver sa place dans la société »

Se lancer dans la vie, s'insérer par le travail

« Réussir avec le sport »

Acquérir l'esprit d'équipe, équiper pour mieux pratiquer

« Découvrir la Culture, accéder aux loisirs »

S'initier, s'exprimer, visiter, partir enfin en vacances

« Agir pour les enfants du monde »

Voyager pour comprendre, soutenir des initiatives utiles

Directeur de la publication : François Content

Responsable éditorial : Roland Raymond

Rédaction : Laurence Delchiaro, Stéphane Godlewski, François Jegard, Vanessa de Lauzainghein, Henri de Menthon, Virginie Seghers, Roland Raymond

Crédits photos : Fondation d'Auteuil,

J-P Pouteau, Photononstop

Illustration : Christophe Dallier

Création et coordination :

Maxyma, Imprimé en décembre 2009 par DejaGLMC.

Ce journal est imprimé sur papier 100% recyclé et respectueux de l'environnement

Sens & finances : N°3 spécial Mécénat n°ISSN0753-3454

Édité par la Fondation d'Auteuil

40 rue Jean de La Fontaine 75016 Paris, tél : 01 44 14 75 75

E-mail : contact@fondation-auteuil.org

Internet : www.fondation-auteuil.org



Fondation d'Auteuil
40 rue Jean de La Fontaine - 75016 Paris

Accueillir, éduquer, former, insérer.

Fondation reconnue d'utilité publique depuis 1929.

Fondation abritante depuis 2009.



Entreprendre pour la jeunesse en difficulté

Un partenariat « gagnant » pour votre entreprise

Mécène de la Fondation d'Auteuil, vous êtes au cœur de l'action vers la jeunesse. Pour nous, l'entreprise mécène n'est pas qu'un financeur mais un partenaire engagé. Vous pouvez soutenir une action d'envergure nationale ou un projet d'établissement local. Avec la Fondation d'Auteuil, il est possible de nouer des partenariats sur mesure et diversifiés qui laissent une large place à la créativité : mécénat financier, en nature ou de compétences... de multiples occasions d'œuvrer en faveur des jeunes malmenés par la vie.

En soutenant la Fondation d'Auteuil, votre entreprise s'inscrit dans une démarche de responsabilité sociale, véhicule une image d'entreprise solidaire et fédère ses salariés autour de valeurs communes.

En devenant mécène de la Fondation d'Auteuil :

- vous agissez durablement pour la cause de la jeunesse en difficulté, en soutenant l'acteur privé majeur de la protection de l'enfance ;

- vous participez à l'accueil, l'éducation, la formation et l'insertion des 12 700 jeunes pris en charge dans nos établissements ;

- vous pouvez construire un partenariat répondant à vos attentes et à nos besoins.

De plus en plus d'entreprises se mobilisent en faveur des jeunes en souffrance. A ce jour, plus de 40 entreprises soutiennent l'action de la Fondation d'Auteuil. Rejoignez-les !



Votre contact :

Vanessa de Lauzainghein
Responsable mécénat national
01 44 14 72 35

vanessa.de-lauzainghein@fondation-auteuil.org

DÉBAT MÉCÉNAT

Un premier « petit déjeuner-débat » de Sens & Finances sur les nouveaux enjeux du mécénat sera prochainement organisé à Paris.

Pour plus d'informations, merci de transmettre votre adresse mail à vanessa.de-lauzainghein@fondation-auteuil.org

édito



Donner est une exigence managériale

Une entreprise est une personne morale. Du moins d'un point de vue juridique. Comme un être humain, elle dispose d'un patrimoine, d'un nom et d'un domicile. Comme un être humain elle peut avoir un compte en banque, être traduite en justice, gagner de l'argent et... en donner. Sur ce dernier point le droit - qui n'est que le reflet de l'état de la société à un moment précis - a évolué au fil des siècles.

Les Medicis ou les Rothschild - héros des précédentes mondialisations - ont bâti des collections d'art mais aussi des hôpitaux, contribuant au bien-être commun sans que personne ne vienne leur reprocher. Puis, avec l'apparition de l'Etat providence, les dons des entreprises grandes ou petites ont basculé dans la sphère du politiquement incorrect. Paternalisme, danseuse du président voire abus de bien social : le don, dès qu'il est initié par une société de droit privé est devenu suspect en France. Jusqu'à ce XXI^{ème} siècle naissant où, par un revirement spectaculaire, le législateur vient reconnaître et encourager le don des entreprises via les fondations et des dispositifs fiscaux. Comme si les personnes morales se voyaient enfin reconnaître le droit d'être morales... L'étonnante résistance du mécénat malgré la baisse du PIB et le fait que 73% des donateurs soient des PME prouvent que la révolution a enfin eu lieu.

L'entreprise du XXI^{ème} siècle pour mieux tenir son rôle économique - produire et satisfaire la demande - a bien compris qu'il fallait savoir donner.

Le mécénat n'est plus l'apanage de quelques patrons flamboyants ou idéalistes mais un lien indispensable entre d'une part les personnes physiques que sont les consommateurs et les salariés ; et d'autre part les personnes morales que sont les entreprises. Budgets en hausse, création de nombreuses fondations, implication soutenue du personnel : la lame de fond observée ces dernières années ne faiblit pas. Bien au contraire. C'est en temps de disette que le salarié-consommateur sait reconnaître ceux qui ne se contentent pas de vendre.

Pierre-Henri de Menthon
Directeur délégué de Challenges

Les mécènes veulent faire du bien... mieux !

Les entreprises socialement responsables demeurent mécènes

Le mécénat ne faiblit pas, au contraire il confirme sa pertinence stratégique.

En 2009, 84% des entrepreneurs français pratiquant le mécénat, annoncent des budgets en augmentation ou stables, 37% un renforcement de leurs actions à travers le mécénat de compétences¹.

Il a certes fallu quelques lois, dont la loi Aillagon, pour que les entreprises s'emparent véritablement de la formule. Mais depuis, le succès est spectaculaire : plus 60% en deux ans pour celles de plus de 200 salariés et l'engouement des PME représentant désormais 73% des mécènes !

Le mécénat, une communication par la preuve

Pendant longtemps le mécénat est resté une démarche discrète de soutien à des initiatives d'intérêt général. Puis il est devenu plus stratégique dans les grandes entreprises par la définition de programmes, par l'implication du personnel. Il s'est tout autant affiné dans les PME par le soutien d'actions de proximité choisies pour leur cohérence avec le projet d'entreprise. Une troisième phase s'ouvre aujourd'hui avec la crise et l'importance accordée à la « responsabilité sociale » de l'entreprise. Le mécénat devient une expression de ce lien social. C'est une façon, explique Stéphane Rozès de l'institut CSA, de « communiquer par la preuve », tout en réintroduisant, ajoute Jacques Attali, « du long terme dans l'entreprise ». Indispensable quand, précisément, le « court-termisme » financier a montré ses limites ! Pour les nouveaux mécènes, il s'agit d'inscrire, dans la durée, des choix qui renvoient aux valeurs de l'entreprise. Ce mécénat rend crédible un message de pérennité et de confiance, tant vis-à-vis de l'environnement que des salariés.

Un mécénat croissant mais plus exigeant du bénéficiaire

Ce qui change désormais vraiment c'est la relation au bénéficiaire. Le mécène choisit à qui et comment il donne. Il cible des projets efficaces, transparents, bien administrés. Il attend des preuves de l'utilité de son investissement. Autre signe des temps, la montée en puissance du mécénat de compétences et l'implication des salariés. Le mécénat est un nouvel outil de cohésion sociale, une dimension essentielle des Ressources Humaines. Ces exigences nouvelles sont légitimes. La Fondation d'Auteuil les intègre et offre à ceux qui veulent agir en faveur de la jeunesse en difficulté, la certitude de réaliser un investissement généreux et utile. Elle réinvente de nouveaux

Désormais, j'investis en bonnes actions...



modèles pour que les projets soutenus répondent aux attentes des jeunes mais aussi de l'entreprise, en termes d'objectifs, de planning, d'évaluation.

Mécène de la Fondation d'Auteuil, vous êtes au cœur de l'action vers la jeunesse

Pour la Fondation d'Auteuil, l'entreprise mécène n'est pas un financeur mais un partenaire engagé. La longévité des liens que nous avons déjà tissés avec certaines entreprises n'est pas le fruit du hasard. Elle résulte d'une vraie rencontre, avec l'objectif concret d'aider une jeunesse en grande difficulté, touchée de plein fouet par les déséquilibres économiques et sociaux. Aujourd'hui, nous accueillons 12 700 enfants. Nous devons agir vite, nous devons agir bien. Pour y parvenir, nous lançons huit programmes thématiques ouverts au mécénat, abritant des dizaines de projets certifiés et accompagnés par une équipe spécialement dédiée. Soutenir les projets de la Fondation d'Auteuil, c'est répondre à des besoins urgents et identifiés, c'est offrir de nouvelles chances à ceux qui ne les ont pas eues.

Stéphane Godlewski



23% des entreprises de 20 salariés et plus sont mécènes, soit plus de 30 000 entreprises²

2,5 milliards d'euros sont consacrés au mécénat dont 63% proviennent des entreprises de 200 salariés et plus³

73% des entreprises mécènes déclarent maintenir leur budget. 11% comptent l'augmenter⁴

53% des entreprises considèrent le mécénat comme « important » en période de crise⁵ : 68% si elles sont déjà mécènes.

Sources :
[1] Sondage « Le mécénat et la crise », Admical - CSA. Entreprise et Mécénat de mars 2009 ; [2-3-4-5] Enquête Admical - CSA. Comparaison 2006/2008.

Le mécénat, un levier moderne pour agir

Le mécénat n'est plus ce qu'il était ! Privilège de quelques-uns hier, aujourd'hui affaire de tous, il se fait le reflet de nos priorités collectives.

Qu'est-ce que le mécénat d'entreprise ? Il n'y a pas si longtemps, certains répondaient : de la publicité déguisée ! De ce fait d'ailleurs, nombre de mécènes préféraient discrétion et absence de communication à l'externe pour s'éviter un mauvais procès. Depuis les mentalités ont changé. Les entrepreneurs mécènes ont montré qu'ils apportaient des réponses là où l'implication de la seule puissance publique ne suffit plus. Pour preuve : la solidarité est aujourd'hui le premier domaine d'intervention, avant le secteur culturel.

Le mécénat dessine ce que Nicolas Simon¹ et Marianne Eshet² appellent « une zone d'intersection entre l'entreprise et l'intérêt général »³. Il témoigne de l'engagement dans la société. L'entreprise dispose d'un outil décisif d'intervention pour être en prise directe avec les priorités de son temps.

Le mécénat, créateur de lien social

Aujourd'hui, le mécénat de proximité a le vent en poupe. En jetant un pont entre l'entreprise et son environnement, souvent immédiat, le mécénat confirme sa fonction de carrefour entre l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise. Autre évolution remarquable, celle d'un mécénat croisé qui associe apport financier et de compétences. Une grande entreprise sur deux y a recours ; les PME s'y intéressent de plus en plus. L'outil est séduisant. Il permet de valoriser à l'externe les métiers, offre aux salariés un équilibre entre épanouissement personnel et développement professionnel, et renforce l'esprit d'équipe.

Une fiscalité exceptionnelle

Pour encourager la présence de la société civile dans les actions d'intérêt général, l'Etat s'est attaché à rendre le mécénat de plus en plus attractif. L'entreprise a désormais la possibilité de choisir entre de nombreuses structures de gestion possibles : association, mais surtout fondation d'entreprise ou plus commode encore, fondation d'entreprise abritée au sein d'une fondation reconnue d'utilité publique (FRUP) comme la Fondation d'Auteuil.

A ceci s'ajoute une fiscalité devenue exceptionnelle. Depuis la loi du 1^{er} août 2003 dite loi Aillagon, l'entreprise bénéficie d'une réduction d'impôt de 60% du montant du don affecté à un organisme d'intérêt général dans la limite de 0,5% de son chiffre d'affaires. Au-delà, la déduction de l'excédent se fait au titre des 5 exercices suivants. Dans le cas du mécénat de compétences ou du don en nature, une évaluation de la valorisation financière du don est liée à l'amortissement des équipements prêtés ou donnés, ou encore aux heures de mise à disposition de salariés.

Mais l'essentiel n'est pas là. Les bénéficiaires du mécénat ne se mesurent pas qu'en euros !

Laurence Delchiaro

[1] Nicolas Simon est journaliste économique indépendant.
[2] Marianne Eshet a été déléguée générale de l'Admical jusqu'en août dernier.
[3] « Le mécénat, valeur actuelle ». Gallimard 2009.

François Jégard

Expert-comptable
Commissaire aux comptes
Leo Jégard et associés



Les PME peuvent-elles être des mécènes ?

Le mécénat n'est pas l'apanage des grands groupes, les PME peuvent être mécènes. Il en est de même des professions libérales dans le cadre de leurs activités professionnelles.

Le mécénat est un acte par lequel une entreprise décide librement de consacrer des ressources au soutien d'une activité d'intérêt général sans contrepartie commerciale directe mais dans l'intérêt bien compris de celle-ci. Les PME doivent juste penser à matérialiser leur action de mécénat dans une convention qui retrace les obligations et droits de chacun et fasse référence à la réglementation fiscale ad hoc (Art 238bis du CGI).

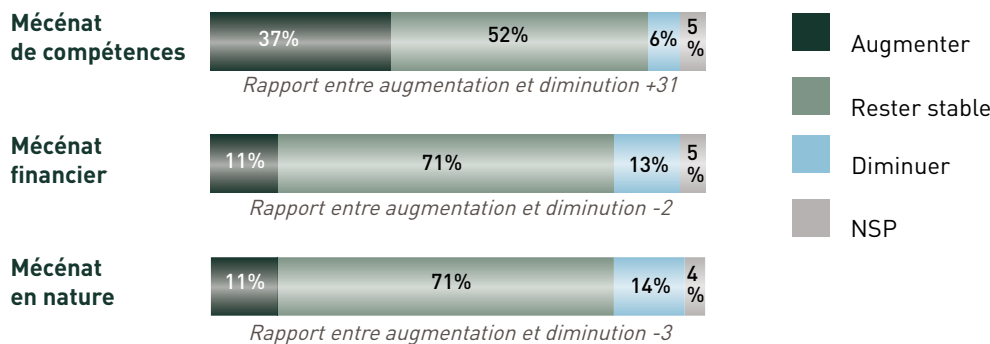
Le mécénat crée du sens dans une PME, même en période de crise

Le mécénat est une opportunité concrète et positive de donner du sens à l'entreprise au-delà même de son activité économique propre. L'entreprise mécène pourra retirer de son action, une reconnaissance des autres acteurs de son environnement. La participation à un club local de mécènes et les actions de mécénat impliquant les salariés sont généralement plus porteurs pour l'entreprise.

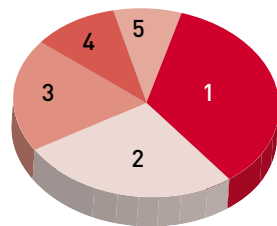
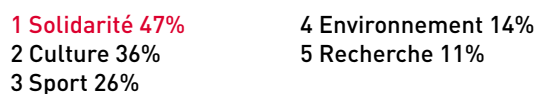
Une PME soutiendra plus facilement une action de mécénat en lien avec son territoire ou celui de ses clients. Il convient de trouver pour chaque PME une action qui fasse sens pour elle.

En période de forte crise, l'entreprise se tourne d'abord vers le maintien de son activité économique et ses emplois. Il est donc important pour le chef d'entreprise qui fait le choix de poursuivre sa démarche mécène, de l'expliquer très clairement à ses salariés en les faisant adhérer à un vrai projet collectif. Soutenir ensemble une démarche de mécénat de solidarité en faveur des publics fragilisés par la vie est le type même de défi susceptible de resserrer, si tous y adhèrent, les liens dans la tempête...

Les pratiques



Le choix des entreprises



Admical - CSA 2008 et 2009

Avec les produits-partages, la recherche du profit se fait plus solidaire

La formule est récente. Mais elle a déjà séduit grands groupes et PME. Le principe est simple : vous commercialisez un produit ou un service et vous reversez une partie du prix de vente à un organisme à but non lucratif comme la Fondation d'Auteuil. « Les entreprises ont bien compris, explique Bernard Gindre, directeur associé de l'agence Ethikentet, que les acheteurs, revenus des excès de la société de consommation, étaient prêts à acheter « solidaire », pour peu que cela ne leur coûte pas plus cher ! ». Pour l'entreprise, le produit-partage est donc un double levier, d'image et commercial. A deux conditions : la cause choisie doit être cohérente pour la marque

et pertinente d'un point de vue marketing ; l'entreprise doit garantir la transparence du don en précisant le montant exact reversé par produit ou service vendu.

Comme dans un mécénat classique, elle bénéficie des déductions fiscales prévues dans la loi du 1^{er} août 2003 si elle détermine à l'avance le montant de son don, avant de l'affecter à tel ou tel produit. Ce montant n'est donc pas lié à la réussite de l'opération.

Les produits-partages qui allient avec justesse promotion des ventes et solidarité font de vrais cartons ! Et comme souvent les salariés deviennent



les ambassadeurs bénévoles de la cause soutenue par leur entreprise, c'est tout bénéfique pour celle-ci. Pour la Fondation d'Auteuil, le produit-partage permet de multiplier les soutiens et de sensibiliser un public extrêmement large à la cause de la jeunesse en difficulté.

Deux mécènes créent une école de tennis au sein de la Fondation d'Auteuil



Quand le 28 avril dernier, débute le match de tennis dans le Village Educatif Saint-Philippe situé à Meudon (92), la fierté se lit sur les visages des jeunes. Non seulement, ils jouent au tennis, un sport qu'ils n'imaginaient pas à leur portée, mais en plus, deux champions, Tatiana Golovine, N°28 mondial, et Mansour Bahrami, créateur du Trophée des Légendes et immense joueur de double, sont là pour les soutenir.

Cet évènement marquait le lancement du projet « Tennis-Ecole » de la Fondation d'Auteuil, soutenu par les Fondations René Lacoste et Robert Abdesselam. Abridées par la Fondation de France, toutes deux se sont associées en 2007, pour développer, au sein de la Fondation d'Auteuil, une activité tennis (cours hebdomadaire et fourniture d'équipements). Un projet qui cadrerait avec leurs missions : favoriser, grâce au sport, l'épanouissement des jeunes malmenés par la vie, leur

faire découvrir le dépassement de soi et la combativité dans le respect de son adversaire.

L'expérience concernait initialement 12 jeunes de l'établissement Notre-Dame, situé à La Loupe, près de Chartres (28). Succès immédiat : passion, assiduité, concentration, motivation, volonté de progresser... Pour les deux mécènes, c'est la confirmation du bien fondé de leur soutien. Ils décident alors fin 2008, de s'engager pour 3 ans dans le développement du projet « Tennis-Ecole », sur 12 sites de la Fondation d'Auteuil.

130 jeunes, dans toute la France, bénéficient ainsi de cours hebdomadaires et ont reçu un équipement adapté. Un premier tournoi intersites est prévu en 2010. S'y révéleront peut-être, parmi ces jeunes que le sport aura aidé à remettre debout dans la vie, quelques graines de champion !

Vanessa de Lauzainghein

Entre jeunes de la Fondation d'Auteuil et entreprises mécènes Des rencontres déterminantes

Tout projet a son histoire. Chaque mécène y met beaucoup de lui-même et invente, avec la Fondation d'Auteuil, sa façon de redonner de nouvelles chances aux jeunes.

Le mécénat est autant affaire d'imagination que de générosité. En témoigne Vivendi qui soutient, dans le cadre de son programme de solidarité Create Joy, un projet intitulé « Les loisirs numériques au service de l'éducation des jeunes en difficulté » et finance trois projets : un studio vidéo dans un établissement de Rouen (76), la réalisation de court-métrages créés à l'aide de téléphones portables et présentés à l'occasion du Festival Festi-Mobiles dans les établissements de la région Centre et une web radio dans un site de Loire-Atlantique.

De même, Safran, groupe international de haute technologie, équipementier de premier rang dans les domaines Aérospatial, Défense et Sécurité, a offert à 15 jeunes un stage de voile d'une semaine avec en point d'orgue une belle rencontre avec son skipper, Marc Guillemot, 3^{ème} au Vendée Globe 2008. Le même groupe a mécéné un concert de

l'Orchestre des Musiciens de la Prée, salle Gaveau dont l'intégralité des recettes de billetterie a été reversée à la Fondation d'Auteuil pour l'ouverture d'une Maison d'Enfants à Caractère Social à Hardricourt (78). Cette année, Safran a accueilli au sein de son musée aéronautique et spatial situé à Villaroche (77), la 9^{ème} étape du Tour de France aérien organisé par l'association « Les Chevaliers du ciel » qui réunit jeunes handicapés et valides. Plus de 140 jeunes de la Fondation d'Auteuil, partenaire pédagogique de l'opération, ont vécu une journée riche en émotions clôturée par un baptême de l'air.

Autre exemple, celui de la Fondation BTP PLUS qui a permis, au sein de l'établissement St Jacques, situé près de Lille (59), la création d'un atelier multi-métiers du bâtiment pour permettre aux jeunes de découvrir différents apprentissages et trouver leur voie. Elle a également financé sur ce même site, l'équipement informatique nécessaire pour la mise en place d'une formation innovante.

Citons encore la Fondation Air France qui soutient la réhabilitation d'un terrain de sport dans un



établissement de La Réunion, la banque HSBC qui permet le développement d'un projet d'éveil éducatif pour les plus jeunes, la Fondation Meeschaert pour l'Enfance qui a financé un projet d'éducation par les arts du cirque et l'équipement d'une micro-crèche ou encore L'atelier des Chefs, organisateur d'un dîner de gala avec des jeunes de la Fondation d'Auteuil en formation hôtelière...

Actuellement, plus d'une quarantaine de projets de mécénat est mise en œuvre dans tous les établissements de la Fondation d'Auteuil. Des centaines sont possibles...

VL



3 questions à Virginie Seghers

Auteur de « La nouvelle philanthropie (ré)invente-t-elle un capitalisme solidaire ? »¹, consultante et maîtresse de conférences à Sciences Po Paris

Des « philanthro-capitalistes » exigeants

Entrepreneurs philanthropes et entreprises mécènes ont-ils les mêmes motivations ?

Le souci d'efficacité est le même. Les entrepreneurs philanthropes d'aujourd'hui ont entre 40 et 60 ans, ils ont fait fortune dans la finance, les nouvelles technologies, l'immobilier et se sentent libres de dépenser leur argent. Leur idée n'est pas de créer une œuvre qui leur survive, mais de s'investir, et d'investir, dans une cause à laquelle ils croient, de leur vivant. Comme les entreprises mécènes, ils veulent mesurer les effets tangibles de leur philanthropie, la « gérer » avec autant d'efficacité que leurs affaires.

Leurs attentes ont-elles changé ?

Qu'il s'agisse du mécénat d'entreprise ou de philanthropie individuelle, les « philanthro-capitalistes » sont devenus très exigeants. Le mécénat n'est plus un luxe, c'est un métier. Dans l'entreprise, au-delà de la communication externe, le mécénat est un vecteur d'implication des salariés, un élément de la diplomatie locale et internationale de l'entreprise et une expression libre de sa responsabilité sociale. Il doit être cohérent avec la stratégie de l'entreprise et sa politique de développement durable.

L'entrepreneur philanthrope, à titre individuel, est tout aussi exigeant mais plus libre d'agir. Il n'a pas de comptes à rendre, en particulier à ses actionnaires et salariés. Le don est pour lui un investissement social, qu'il veut efficace

et dont il va vouloir mesurer les effets. Le fer de lance de cette « nouvelle philanthropie » est la « venture philanthropie ». Elle s'inspire des méthodes du capital-risque et recherche le « retour social sur investissement » du don.

En quoi ces exigences nouvelles sont-elles des défis pour les causes soutenues ?

Le collecteur de fonds doit relever un double défi : allier un professionnalisme irréprochable à une empathie pour ceux qui, au travers du don, expriment une grande part d'eux-mêmes. Mécénat et philanthropie se gèrent comme un projet d'entreprise. Mais l'essentiel est dans la rencontre, la découverte de l'autre, au travers d'un projet commun. La philanthropie a une dimension personnelle et humaine essentielle.