



HAL
open science

Les collectivités territoriales et leurs politiques culturelles : financement public et développement du mécénat : l'exemple des Dominicains de Haute-Alsace

Caroline Floch-Brenaud

► **To cite this version:**

Caroline Floch-Brenaud. Les collectivités territoriales et leurs politiques culturelles : financement public et développement du mécénat : l'exemple des Dominicains de Haute-Alsace. Science politique. 2011. dumas-00832171

HAL Id: dumas-00832171

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00832171v1>

Submitted on 10 Jun 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Vous allez consulter un mémoire réalisé par un étudiant dans le cadre de sa scolarité à l'IEP de Grenoble. L'IEP ne pourra être tenu pour responsable des propos contenus dans ce travail.

En tant qu'oeuvre originale, ce mémoire relève du droit de la propriété intellectuelle et vous pouvez uniquement en faire une reproduction à titre privé, sous réserve de la mention d'origine.

INSTITUT D'ETUDES POLITIQUES
BP 48 – 38040 GRENOBLE Cedex 9
www.iep-grenoble.fr

UNIVERSITE PIERRE MENDES FRANCE

INSTITUT D'ETUDES POLITIQUE DE GRENOBLE

**Les collectivités territoriales et leurs politiques culturelles :
financement public et développement du mécénat
L'exemple des Dominicains de Haute-Alsace**

Caroline Floch-Brenaud

MASTER 2 POLITIQUES PUBLIQUES ET CHANGEMENT SOCIAL

SPECIALITE DIRECTION DE PROJETS CULTURELS

2010/2011

SOUS LA DIRECTION DE PHILIPPE TEILLET

UNIVERSITE PIERRE MENDES FRANCE

INSTITUT D'ETUDES POLITIQUE DE GRENOBLE

Les collectivités territoriales et leurs politiques culturelles :
financement public et développement du mécénat
L'exemple des Dominicains de Haute-Alsace

Caroline Floch-Brenaud

MASTER 2 POLITIQUES PUBLIQUES ET CHANGEMENT SOCIAL

SPECIALITE DIRECTION DE PROJETS CULTURELS

2010/2011

SOUS LA DIRECTION DE PHILIPPE TEILLET

Je tiens à remercier tout particulièrement

Olivier de La Blanchardière, pour m'avoir prise en stage auprès de lui, et m'avoir enseigné de nombreux savoirs et savoir-faire,

Philippe Teillet, pour son soutien dans l'élaboration de ma réflexion sur ce mémoire mais aussi sur mes choix professionnels,

tous ceux sans qui cette réflexion n'aurait pu voir le jour et ceux qui ont accepté de m'accorder un peu de leur temps pour un entretien,

mes collègues des Dominicains pour leur soutien, leurs sourires et les repas partagés,

Marie, Agnès et Hervé pour leur aide précieuse,

Fanny Rossin, pour la confiance qu'elle m'accorde en me proposant son remplacement, ce qui me permet de continuer l'aventure à Guebwiller... mais d'un autre côté !

Sommaire

| | |
|---|------------|
| Introduction | 5 |
| Première partie - L'Alsace et la culture : l'implication des collectivités territoriales | 9 |
| I/ L'Alsace historique, politique et économique | 9 |
| II/ La politique culturelle des collectivités territoriales autour de Guebwiller | 19 |
| Deuxième partie - Les Dominicains de Haute-Alsace : un projet artistique, deux types de financement | 31 |
| I/ Description et analyse d'un monument historique devenu scène conventionnée pour la musique | 31 |
| II/ Le mécénat aux Dominicains de Haute-Alsace | 43 |
| Troisième partie - Les facilitateurs de mécénat culturel : rôles respectifs des chambres de commerce et d'industrie et des collectivités territoriales | 54 |
| I/ Les chambres de commerce et d'industrie : une implication très inégale selon les territoires | 55 |
| II/ Les collectivités territoriales, nouvel espoir pour le développement du mécénat culturel ? | 69 |
| Conclusion | 82 |
| Bibliographie thématique | 85 |
| Annexes | 93 |
| Table des matières | 120 |

Introduction

*« Le génie de la création et de l'innovation,
le goût du risque et le désir de réussite
sont autant de valeurs chevillées au cœur
de tous les artistes et de tous les créateurs d'entreprise. »¹.*
François-Xavier Tramond,
directeur d'une agence spécialisée en mécénat culturel

Plusieurs raisons m'ont conduites à postuler pour un stage sur le mécénat aux Dominicains de Haute-Alsace. Je souhaitais approfondir ce domaine entrevu à l'occasion de mon stage au Théâtre de la Ville de Berne. En 1979 Jean-Philippe Lecat affirmait que « si l'argent privé pouvait dans notre pays s'intéresser à un certain nombre d'actions positives, nous n'aurions que du profit à en tirer sur le plan culturel. Mais ce n'est pas pour demain puisque l'argent privé représente encore sur le plan culturel un épouvantail pour la plus grande partie de l'opinion. Et il y a toute une série de raisons d'ordre économique qui s'opposeraient à un trop rapide changement de nos habitudes. »². Aujourd'hui il en est tout autrement, et le mécénat est vu non seulement comme une transaction financière mais aussi comme un échange. L'entreprise s'inscrit auprès de la structure culturelle qu'elle épaula dans un processus de coopération, un réel échange social qui permet ainsi un ancrage territorial plus fort des actions et propose un renouvellement du partenariat culturel et social. Pour les deux structures, c'est l'occasion de réfléchir à son identité propre et à son rapport à la société qui l'environne, dans un cadre d'élargissement du périmètre de responsabilité des entreprises³ et de transfert d'une partie de l'intérêt général vers la société civile : « Le mécénat est reconnu comme l'une des formes du libre engagement de la société civile en faveur du bien commun. »⁴. D'un accompagnement durable et de proximité peuvent naître compréhension et reconnaissance mutuelle.

Persuadée des vertus du mécénat et désirant acquérir dans ce domaine des compétences spécialisées, j'ai cherché une structure dans laquelle le financement par les entreprises serait très développé. En reprenant un des ouvrages utilisés lors de mon rapport de Master 1, j'ai retenu la scène conventionnée pour la musique des Dominicains

1 TRAMOND, François-Xavier. « Les fantassins du mécénat culturel ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. (p. 74)

2 Entretien de Jean-Philippe Lecat sur le financement du marché culturel, 9 août 1979. in POIRRIER, Philippe (direction). *Les politiques culturelles en France*. La Documentation française, Collection Retour aux textes, 2002. (p. 355)

3 Expression employée par Bénédicte Menanteau, déléguée générale de l'ADMICAL, à l'ouverture des 20èmes Assises internationales du mécénat d'entreprise, mai 2011, Marseille.

4 RIGAUD, Jacques. « Le mécénat d'entreprise ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. (p. 68)

de Haute-Alsace. La politique de mécénat de cette structure était présentée comme donnant une place prépondérante à l'initiative des mécènes, et j'avais envie de vivre cette réalité. En effet, dans une brochure du Ministère de la Culture et de la Communication⁵, Olivier de La Blanchardière, alors chargé de développement aux Dominicains de Haute-Alsace, expliquait que de nouveaux projets artistiques naissaient grâce aux mécènes. L'ancienne salle capitulaire leur était dédiée et était décrite comme un véritable lieu de vie.

Par ailleurs, attirée par les domaines de la danse et du théâtre, j'avais ici l'occasion de me confronter à la musique et au patrimoine à travers un bâtiment classé monument historique devenu scène conventionnée pour la musique. Le chargé de développement, devenu entre-temps secrétaire général des Dominicains de Haute-Alsace, m'a proposé un stage d'une durée de six mois, de février à juillet 2011, afin de pouvoir mener à bien plusieurs projets. Mes missions étaient centrées autour du mécénat en faveur d'une scène conventionnée pour la musique. Il s'agissait de développer le Cercle Dominicains Entreprises, notamment à l'international, organiser des séminaires ainsi qu'une soirée consacrée aux mécènes, mais aussi développer la communication autour du Cercle.

L'Alsace est une région où l'identité est très forte ; les Alsaciens ont un sentiment de fierté et une envie de faire découvrir leur région. J'ai donc été amenée à me plonger quelque peu dans les particularités de ce territoire, à la fois français, et en même temps un peu à part⁶. J'ai très vite rencontré des fonctionnaires du Conseil Général du Haut-Rhin qui m'ont amenée à réfléchir sur les politiques culturelles mises en œuvre au-delà de la ville de Guebwiller⁷.

Ainsi, le travail sur ce mémoire a débuté assez rapidement après le début du stage, notamment en ce qui concerne les politiques culturelles autour de Guebwiller, mais aussi à propos de l'organisation administrative des Dominicains de Haute-Alsace, et en particulier la répartition des compétences dans l'équipe. Une première phase de recherches bibliographiques, notamment dans des documents internes et sur Internet, m'a permis de défricher et de comprendre l'environnement dans lequel j'étais en stage. Dans un second temps, quelques entretiens sont venus compléter et préciser ce travail⁸.

5 MISSION DU MECENAT DU MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION / DELEGATION AU DEVELOPPEMENT ET AUX AFFAIRES INTERNATIONALES. *L'essor du mécénat culturel en France. Témoignages et pratiques*. 2005. 141 p.

6 Une anecdote de l'Office de Tourisme de Guebwiller est à cet égard très révélatrice. Lors de mon arrivée, la personne m'avait dit : « faites attention, aucun magasin n'est ouvert le dimanche, ce n'est pas comme en France ! ». Beaucoup de détails dans le quotidien rappellent l'exception dans laquelle se situe cette région, que ce soit les liens avec l'Église ou le taux de remboursement de la Sécurité Sociale.

7 Ils m'ont également donné des conseils afin de préparer au mieux le concours d'attaché, notamment Fabien Nierengarten, directeur de la Culture et du Patrimoine au Conseil Général du Haut-Rhin.

8 L'annexe I présente la liste des personnes interrogées, leur structure ainsi qu'un aperçu de la thématique des entretiens.

La question du sujet d'analyse s'est ensuite posée. S'il était clair que la thématique en serait le mécénat, la définition précise du sujet a pris quelque temps. Au départ, je pensais centrer mes recherches sur l'Alsace, soit de manière globale, soit plus spécifiquement sur les structures labellisées par le Ministère de la Culture et de la Communication ou sur quelques cercles d'entreprises de cette région. Mais le traitement plutôt classique à prévoir de telles études en compromettrait l'originalité. Le risque était de ne fournir qu'une description de la situation, sans proposer une analyse scientifique. Il aurait été également possible d'aborder le mécénat par un angle d'approche plus spécifique, comme le mécénat dans les scènes conventionnées pour la musique, dans les arts numériques, ou bien le mécénat croisé culture/social.

En me présentant les études déjà menées en matière de mécénat en Alsace, Olivier Causse, chargé d'accompagnement des porteurs de projet à l'Agence culturelle d'Alsace, m'a suggéré de mener un travail sur les relations entre le monde culturel et le monde de l'entreprise. Le point d'entrée de cette étude en serait l'étude de la mise en œuvre de la deuxième Charte signée entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. C'est avec ma réussite au concours d'attaché territorial que l'idée d'un lien avec les collectivités locales a émergé. Enfin, les Assises internationales du mécénat d'entreprise⁹ ont été l'occasion d'échanger sur ce projet de mémoire, et de voir qu'il intéressait un certain nombre de professionnels¹⁰. J'ai aussi peu à peu acquis la conviction que « l'action publique ne peut exister et fonctionner sans la contribution, selon des modalités diverses, du secteur privé. [...] L'idée est de considérer que le service public sera d'autant mieux assuré que l'on saura combiner les avantages du secteur public et du secteur privé, considérés comme complémentaires pour l'exercice d'une mission de service public ou d'intérêt public.»¹¹. Dans le secteur culturel, cette relation existe déjà avec les nombreuses associations, sans lesquelles la vie culturelle française ne serait pas la même. Mais l'enjeu est à présent d'inclure d'autres acteurs privés, et notamment les entreprises.

Le mécénat pose la question du rapprochement du monde de l'économie et de celui

9 L'Admical, Association pour le Développement du Mécénat d'Entreprise, organisent tous les ans les Assises internationales du mécénat d'entreprise, qui aborde les grandes problématiques du mécénat d'entreprise, en favorise la connaissance et la pratique auprès des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs dans les domaines de la culture, la solidarité, l'environnement et le sport. Les dernières Assises se sont déroulées les 9 et 10 mai à Marseille et ont réuni près de 500 personnes.

10 Je tiens ici à remercier tout particulièrement Véronique Cottenceau dont les encouragements m'ont vraiment aidée dans l'écriture de ce mémoire !

11 AUBY, Jean-François. « De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle ». L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles, n°35, juillet 2009. (p. 34)

de la culture. Lors de ce stage, j'ai en effet pu me rendre compte de l'importance des personnes-relais, déjà entrevue lors de mon expérience au Théâtre de la Ville de Berne, qui permettent à leur tour d'accéder à des chefs d'entreprise ou des futurs financeurs. Certes, la France est un « pays qui privilégie une approche publique de l'action culturelle et l'utilisation des instruments les plus traditionnels de la gestion publique »¹², mais l'encouragement au mécénat n'est pas inexistant. En effet, deux chartes ont été signées en 2005 et 2010 entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. En Alsace, le contact avec les « correspondants mécénat », nés de ces chartes, est très compliqué. C'est seulement au bout de cinq mois qu'un rendez-vous a été obtenu, mais avec une chambre de commerce du département voisin. L'objet sera ici d'étudier l'application de ces chartes, en s'appuyant sur des exemples concrets du territoire national.

Les réussites semblant inégales sur le territoire, d'autres acteurs seraient donc bienvenus pour assumer ce rôle de facilitateurs de rencontres et de compréhension. A la croisée de l'économie et de la culture, les collectivités territoriales ont certainement une place à prendre et un rôle à jouer en tant qu'accompagnatrices des structures culturelles de leur territoire. Ceci soulève la question de l'échelon territorial pertinent, qui sera abordée et illustrée par diverses expériences comme Strasbourg, Reims ou le Conseil régional du Nord-Pas de Calais.

12 AUBY, Jean-François. « De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle ». L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles, n°35, juillet 2009. (p. 34)

Première partie - L'Alsace et la culture :

l'implication des collectivités territoriales

D'une part, les Dominicains de Haute-Alsace sont insérés dans une région riche d'histoire. De façon globale, le développement du mécénat ne peut se faire sans connaître le territoire d'implantation de la structure culturelle, et donc des entreprises. Il convient ainsi de connaître quelques éléments historiques de ce territoire, mais aussi politiques, ou encore démographiques. A l'occasion de la présentation des caractéristiques générales du territoire d'implantation, une attention particulière sera accordée à l'aspect économique, en lien avec les possibilités de développement du mécénat d'entreprises (I).

Les politiques culturelles développées sur le territoire permettent de mieux comprendre l'insertion de cette structure culturelle dans son paysage local et dans la vie culturelle. Les collectivités territoriales sont aujourd'hui les principaux financeurs des acteurs culturels et orientent leur projet artistique et culturel. Si la question d'un nouveau mode de financement de la culture se pose, et *a fortiori* du mécénat culturel, alors les collectivités territoriales auront forcément une implication. Une telle étude paraît donc nécessaire afin de comprendre les enjeux. Les politiques culturelles des collectivités publiques du territoire (région, département, communauté de communes et ville) seront donc par la suite étudiées (II).

I/ L'Alsace historique, politique et économique

Les Dominicains de Haute-Alsace se situent à Guebwiller, ville du Haut-Rhin, dans la région Alsace. Après la mention des principales caractéristiques de cette région ainsi que du département, ce sont plus spécifiquement la coopération intercommunale et la ville de Guebwiller elle-même qui seront présentées. Des éléments différents seront mis en valeur en fonction de leur pertinence au regard du territoire étudié, mais aussi de la disponibilité des informations.

A/ L'Alsace, une région frontalière

L'Alsace¹, constituée de deux départements, est à la fois la région la plus petite de

¹ La plupart de ses indications sont issues d'un document du Consulat Général de Suisse : *Rapport économique régional 2010. Alsace - Lorraine - Champagne-Ardenne*. Strasbourg, 5 août 2010. 19 p.

France métropolitaine, et l'une des plus urbaines, avec une densité de 221 habitants par kilomètre carré ce qui fait d'elle la troisième région française la plus densément peuplée. Son territoire ne couvre que 1,5% de la France métropolitaine, alors que sa population de 1,8 millions d'habitants représente 3% de celle du pays.

L'Alsace peut être divisée en quatre grandes zones : massif vosgien, plaines et collines, vignoble (dont Guebwiller fait partie) et villes. Ses principaux pôles urbains sont Strasbourg, Mulhouse et Colmar. Les aires urbaines suivantes, dans l'ordre décroissant de population, sont Saint-Louis, Haguenau, Thann-Cernay et enfin Guebwiller. Cette région s'inscrit dans le Rhin supérieur, des Vosges à la Forêt Noire et se caractérise également par l'influence de grandes villes étrangères proches : Bâle (Suisse) ou Fribourg-en-Brisgau (Allemagne).

Une histoire entre deux pays

De 1871 à 1918, l'Alsace est annexée par l'Allemagne, mais une partie de la population opte pour la nationalité française. C'est durant cette période que certains monuments emblématiques, tel le Palais du Rhin à Strasbourg, sont construits, et que le Château du Haut-Koenigsbourg est restauré. Dans l'entre-deux-guerres, un accueil enthousiaste est tout d'abord réservé à l'armée française, puis des mouvements autonomistes se font jour ; la tension s'abaisse avec la prise de conscience du danger nazi en Allemagne. Dès 1940, l'Alsace quitte à nouveau l'Etat français, et la germanisation est très stricte : l'allemand était obligatoire, parler le français dans la rue était passible d'une amende. Durant la seconde guerre mondiale, un camp de redressement et un camp de concentration sont construits sur le territoire alsacien, 130 000 jeunes Alsaciens-Lorrains, les « Malgré-Nous », sont incorporés de force dans la Wehrmacht. Après la guerre, et grâce à la construction européenne, Strasbourg devient le symbole de la réconciliation franco-allemande et de la paix en Europe : la métropole alsacienne accueille le Parlement européen, la Cour européenne des droits de l'homme. Le pont Pflimlin, inauguré en 2002, devient le symbole de la coopération transfrontalière. La présence de la chaîne ARTE constitue également un exemple visible et des plus innovants en matière de coopération culturelle franco-allemande.

L'histoire de cette région est à l'origine de certaines particularités, notamment avec l'application en Alsace-Moselle du droit local. Ainsi, la loi française du 9 décembre 1905 instaurant la séparation de l'Église et de l'Etat ne s'applique pas en Alsace. Le Concordat de 1801 n'a en effet été abrogé ni par l'annexion allemande en 1870 ni par le retour des trois départements au sein de la République française en 1919. Les ministres des cultes catholiques, protestants et israélites sont rétribués par l'Etat français ; l'enseignement religieux est obligatoire dans les écoles publiques ainsi que dans les écoles privées, les

universités de Strasbourg et de Metz sont les seules à dispenser des cours de théologie. D'autres éléments participent au quotidien du droit local, tel le remboursement différent dans le cadre du régime local de sécurité sociale (90% au lieu de 70%).

L'Alsace est une terre de prédilections des associations, et l'engagement bénévole est souvent fort. Ainsi, le spectacle « *Rêve d'une nuit d'été* » du Val de Villé réunit 1500 bénévoles, 18 villages et 60 associations, le Festival Summerlied ne subsisterait pas sans l'appui des habitants. L'Écomusée d'Alsace ne connaîtrait pas une telle réussite sans l'intervention d'un grand nombre de bénévoles, clé de voute de la réussite de cet ambitieux projet culturel.

Le dialecte alsacien a une importance encore forte aujourd'hui. C'est un dialecte, c'est-à-dire une langue parlée non codifiée² ; la langue écrite lui correspondant est l'allemand³. Tout de suite après la seconde guerre mondiale, l'alsacien était proscrit de l'école, parallèlement à l'allemand standard exclu de l'école primaire et fortement réduit dans la presse. A fin des années 1960, l'idée que le dialecte alsacien fait partie du patrimoine, et que la maîtrise de l'allemand est un atout, se répand. En 1991, les Conseils Généraux du Haut-Rhin et du Bas-Rhin ainsi que le Conseil Régional d'Alsace se prononcent en faveur d'un enseignement bilingue et paritaire franco-allemand précoce. En 2001, 61% de la population se déclare dialectophone, mais c'est une pratique qui risque de s'amenuiser car seulement 15,5% des personnes interrogées disent apprendre le dialecte à leurs enfants⁴.

Approche économique de l'Alsace

Le PIB de l'Alsace est de 52,4 milliards d'euros en 2008, soit un peu plus de 28 000 euros par habitant, plaçant cette région à la quatrième place des régions françaises après l'Ile-de-France, Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte-d'Azur. Si l'Alsace est une des régions les plus dynamiques et les plus prospères de France, elle a néanmoins souffert de la crise économique, connaissant une forte réduction de son activité. Son industrie a un poids très fort dans l'économie régionale (20% du PIB), et a accusé en 2009 un recul de son activité de 13,9%. Sa dépendance internationale est à la fois un risque et un atout. Elle est très

2 Office pour la Langue et la Culture d'Alsace : <http://www.olcalsace.org>

3 « Notre langue régionale est l'allemand alsacien, expression orale, son complément étant l'allemand standard, Hochdeutsch, langue de lecture et langue de communication avec nos voisins allemands, suisses et autrichiens. L'alsacien et l'allemand standard sont indéniablement deux expressions d'une même langue. La première expression, régionale, l'alsacien, est plutôt orale et non uniformisée ; la deuxième, l'allemand standard, est langue officielle de référence à l'intérieur du domaine germanophone [...]. Ces deux expressions vivent en osmose, l'une soutenant l'autre. ». WECKMANN, André. *Langues d'Alsace : mode d'emploi*. Alsace qualité environnement, 2001. 53 p.

4 Enquête DNA/ISERCO réalisée auprès de 600 personnes représentatives de la population alsacienne. Résultats parus dans les *Dernières Nouvelles d'Alsace* du 21 septembre 2001 : article "Erosion naturelle" par Claude Keiflin. Office pour la Langue et la Culture d'Alsace : <http://www.olcalsace.org>

prononcée, puisque l'Alsace se situe au carrefour de l'économie européenne, sur l'axe rhénan : ses infrastructures modernes lui permettant d'être une zone d'échanges importante entre le Nord et le Sud de l'Europe ainsi qu'entre la France et l'Allemagne, c'est en 2009 la première région exportatrice par habitant⁵. Environ un millier d'entreprises étrangères, pour la plupart allemandes, ont installé des filiales en Alsace : c'est grâce à ses relations avec les régions proches de l'Allemagne et de la Suisse que l'Alsace a pu suivre le rythme de développement de l'économie internationale. Plus de 60 000 Alsaciens vont aujourd'hui travailler en Allemagne et en Suisse, mais ce chiffre tend à baisser parallèlement à la chute de l'apprentissage de l'allemand en Alsace⁶. Aujourd'hui, c'est le tertiaire qui prédomine en Alsace, avec comme fer de lance les biotechnologies ainsi que les activités touristiques. Le taux de chômage en Alsace est moins élevé que dans le reste du pays (8,6% en Alsace contre 9,5% en France au premier trimestre 2010⁷).

B/ Le département du Haut-Rhin

La population du département du Haut-Rhin est estimée à 750 000 habitants répartis en 377 communes. Il est limitrophe des départements du Bas-Rhin, des Vosges et du Territoire de Belfort, ainsi que de l'Allemagne, et de plusieurs cantons suisses (Jura, Soleure, Bâle-Campagne et Bâle-Ville).

Le siège administratif du Haut-Rhin est Colmar, où sont situés le siège du Conseil Général ainsi que la préfecture ; cette ville compte 116 habitants (67 000 intra muros). Mulhouse est quant à elle la ville la plus peuplée du département : près de 40% de la population du Haut-Rhin vit dans son aire urbaine, soit 280 000 personnes.

Un département touristique à l'avenir incertain

Ce département a été particulièrement marqué par la désindustrialisation. « Le Haut-Rhin ne possède pas de véritable pôle de compétence permettant d'assurer le développement économique à venir dans le cadre d'une économie de la connaissance et de l'innovation, contrairement à Strasbourg et à Bâle. »⁸. Ces deux villes exercent d'ailleurs une importance forte sur le département, ainsi coupé en deux zones d'influence et qui présente en tant qu'entité une faible cohérence. Cependant, le Haut-Rhin est un

5 « Chiffres clés de l'économie en Alsace ». Conseil Régional d'Alsace : <http://www.region-alsace.eu>

6 HOFFSTETTER, Matthieu. « Les Alsaciens séduisent moins les entreprises suisses. », Dernières Nouvelles d'Alsace, Région, 12 juillet 2011, p. 5. Disponible en ligne sur http://www.frontalier.org/ftp/article/1113914/Alsace_frontaliers.pdf.

7 CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN. *Chiffres clés pour l'Alsace*. Septembre 2010. 4 p.

8 COHEN, Gérald, REITEL, Bernard & WOESSER Raymond, « Nouvelles perspectives dans le Haut-Rhin : positionnement et stratégie d'un territoire situé en bordure d'espaces métropolitains », *Revue Géographique de l'Est* [En ligne], vol. 44 / 3-4 | 2004, mis en ligne le 27 mai 2009, consulté le 20 août 2011. URL : <http://rge.revues.org/758>

département plutôt riche et où les conflits sociaux sont faibles.

Le tourisme est important, en raison de l'architecture typique des villes et villages du Haut-Rhin, notamment les fortifications de Neuf-Brisach, le Château de Kaysersberg, les Collégiales de Colmar et Thann. Les villages d'Hunawihr, Eguisheim et Riquewihr sont labellisés plus beaux villages de France et la ville de Thann plus beau détour de France. La Route des Vins propose 175 km de vignes à découvrir. Le territoire du Haut-Rhin se spécialise dans la résidence et les loisirs, avec l'installation de résidents allemands et suisses en raison d'une différence toujours forte dans les prix du foncier.

Le Conseil Général du Haut-Rhin est composé majoritairement d'élus de droite. Il n'y a qu'une seule femme dans les rangs de l'assemblée, Brigitte Klinkert, présidente de l'association des Dominicains de Haute-Alsace.

Le département du Haut-Rhin sera peut-être amené à disparaître dans les prochaines années. Philippe Richert, Ministre des Collectivités territoriales et président UMP de la Région Alsace, souhaite fusionner le Conseil régional et les deux Conseils généraux d'ici à 2014⁹. Le 7 mai, le Conseil régional a adopté à l'unanimité moins l'absence du Front national le projet de « réunion » des assemblées territoriales¹⁰. Le président du département du Haut-Rhin, Charles Buttner, s'affiche clairement contre un projet de fusion, et dit avoir plus à gagner à un rapprochement avec Bâle qu'avec Strasbourg. Un référendum local devrait être organisé avant les élections présidentielles sur cette question.

La territorialisation

Le Conseil Général développe une politique de territorialisation par le biais de sept Contrats de Territoire de Vie¹¹. Quatre axes de progrès ont été définis par le Département : améliorer la qualité du service rendu aux usagers, mieux vivre ensemble et mieux travailler avec les territoires, garantir la prospérité économique et poursuivre la rationalisation de l'organisation des services du Conseil général. Il s'agit de conjuguer les projets départementaux et locaux pour une efficacité plus grande des actions structurantes entreprises. On est clairement dans « un construit social résultant d'un processus de coordination des acteurs, réunis pour résoudre un problème productif inédit et de construction de ressources territoriales qui sont activées (ou révélées) pour une

9 GARAT, Jean-Baptiste. « Le gouvernement lance la grande fusion de l'Alsace », *Le Figaro*, 14 janvier 2011. Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/politique/2011/01/14/01002-20110114ARTFIG00680-le-gouvernement-lance-la-grande-fusion-de-l-alsace.php>.

10 ESCHAPASSE, Baudouin. « L'Alsace (ré)unifiée ? », *Le Point.fr*, 16 juin 2011. Disponible sur http://www.lepoint.fr/villes/l-alsace-re-unifiee-16-06-2011-1345148_27.php.

11 Du nord au sud : Piémont-Val d'argent ; Colmar, Fecht et Ried ; Thur et Doller ; Florival – Vignoble – Plaine du Rhin ; Région Mulhousienne ; 3 Pays ; Sundgau. CONSEIL GENERAL DU HAUT-RHIN. Contrat de Territoire de Vie Florival-Vignoble-Plaine du Rhin 2010-2013. Document de travail. Juin 2010.

dynamique renouvelée du territoire »¹².

Ces contrats ont été élaborés en cohérence avec les différents schémas départementaux : Schéma Gérontologique, Schéma de la Petite Enfance, Plan Départemental de l'Habitat, Schéma Départemental des Enseignements Artistiques. Pour le Territoire de Vie Florival – Vignoble – Plaine du Rhin, quatre enjeux sont ainsi déterminés : maintenir les emplois existants et favoriser le développement économique et touristique, insérer les enjeux environnementaux dans toutes les actions entreprises, assurer un bon niveau de service à la population en forte hausse et gérer l'adaptation et la remise à niveau de quelques grands équipements sportifs et socio-culturels. A cela s'ajoute l'amélioration de l'accessibilité des personnes handicapées comme enjeu transversal. Ces contrats s'appuient sur les intercommunalités à fiscalité propre qui connaissent une forte montée en puissance et portent aujourd'hui des projets structurants en termes d'aménagement.

C/ La coopération intercommunale sur le territoire de Guebwiller

Les politiques contractuelles sur le territoire sont à deux échelles. Au premier plan, Guebwiller fait partie d'une Communauté de Communes, elle-même insérée dans un pays. De façon plus large, le territoire fait partie d'un Parc naturel régional et d'une grande région transfrontalière.

La Communauté de Communes et le pays

Le Syndicat Intercommunal à Vocation Multiple de la Région de Guebwiller a été institué par arrêté préfectoral du 31 août 1962, entre les communes de Bergholtz, Buhl, Guebwiller, Issenheim, Lautenbach, Murbach et Soultz. En 1996, le Syndicat Intercommunal fut transformé en District à fiscalité propre, puis en Communauté de Communes le 1er janvier 2001 en vertu de la loi relative au renforcement et à la simplification de la coopération intercommunale (loi n°99-586 du 12 juillet 1999). Dix-sept communes sont aujourd'hui regroupées : Bergholtz, Bergholtz-Zell, Buhl, Guebwiller, Hartmannswiller, Issenheim, Jungholtz, Lautenbach, Lautenbach-Zell, Linthal, Murbach, Orschwihr, Raedersheim, Rimbach, Rimbach-Zell, Soultz, Wuenheim, ce qui représente plus de 35 000 habitants. Outre l'obligation de mettre en place des actions de développement économique intéressant l'ensemble de cette structure, la Communauté de Communes se doit d'agir en faveur de l'aménagement de l'espace. Pour ce faire, elle

12 LAMARA, Hadjou. « Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales », *Développement durable et territoires* [En ligne], Varia, mis en ligne le 07 juillet 2009. Disponible sur : <http://developpementdurable.revues.org/8208>.

adhère notamment au Pays Rhin-Vignoble-Grand Ballon ainsi qu'au Parc naturel régional des Ballons des Vosges.

Le Pays Rhin-Vignoble-Grand Ballon, à la fois pays et schéma de cohérence territoriale (SCOT), regroupe quatre communautés de communes, soit plus de 66 000 habitants : la Communauté de Communes de la région de Guebwiller (17 communes), la Communauté de Communes de la Vallée Noble (4 communes), la Communauté de Communes Essor du Rhin (7 communes), la Communauté de Communes du Centre Haut-Rhin (9 communes) ainsi que Merxheim¹³, qui n'appartient à aucune intercommunalité. Il occupe une position centrale dans le département, s'étendant d'ouest en est de la ligne des crêtes des Vosges (Grand Ballon et collines sous vosgiennes) jusqu'au Rhin et de Mulhouse à Colmar. Le siège du Pays Rhin-Vignoble-Grand Ballon se trouve à Guebwiller.

Une charte du pays a été approuvée en automne 2006 et met en lumière trois axes majeurs : le développement des activités économiques et touristiques (vocation économique du Pays), la valorisation de la qualité de vie (attractivité résidentielle) et la cohésion du territoire (projets et coopérations selon un axe Est/Ouest). L'activité touristique s'appuie notamment sur la Route des Vins et un patrimoine architectural dense accompagné d'une offre muséologique et culturelle de qualité : le pays concentre 5,6% de l'offre de visite de l'Alsace.

Le Parc naturel régional et la Regio TriRhena

Guebwiller se situe à l'extrémité est du Parc naturel régional des Ballons des Vosges. Créé en 1989 à l'initiative de trois régions (Alsace, Lorraine et Franche-Comté), le Parc naturel régional des Ballons des Vosges est aujourd'hui le plus grand et le plus peuplé des quarante-cinq parcs naturels régionaux français. La première de ses missions est de concilier protection et développement, en cherchant une plus grande cohérence de l'aménagement du territoire à travers la concertation avec les communautés de communes et les pays présents sur le territoire. Les différents domaines d'intervention du parc sont l'environnement et l'aménagement, le paysage et l'urbanisme, l'économie et le tourisme, la culture et le patrimoine, l'éducation et la sensibilisation, et enfin la communication et la promotion¹⁴. La Charte du Parc des Ballons des Vosges est mise en œuvre par un syndicat mixte ouvert, composé de représentants des régions, départements, communes adhérentes, chambres consulaires, et l'Office national des forêts à titre décisionnel, ainsi que des représentants des conseils économiques et sociaux et des

13 Merxheim rejoindra la Communauté de Communes de la Région de Guebwiller le 1er janvier 2012.

14 Parc naturel régional des Ballons des Vosges : <http://www.parc-ballons-vosges.fr>

associations à titre consultatif.

Enfin, de façon plus large, le territoire de Guebwiller s'inscrit dans la Région Métropolitaine Trinationale du Rhin supérieur, ou Regio TriRhena, dont l'objectif est d'assurer une meilleure coordination des instances, des acteurs et des outils des trois territoires qui la composent. Elle comporte une portion de la Suisse germanophone, de l'Alsace du sud et du sud du Pays de Bade, trois secteurs frontaliers qui appartiennent à l'espace commun de culture et de langue alémaniques. Il existe également une institution de coopération transfrontalière, la Conférence du Rhin Supérieur, qui réunit plus de 600 experts des services gouvernementaux et administratifs français, allemands et suisses pour coordonner leurs actions sur des problématiques communes.

D/ La Ville de Guebwiller

La ville de Guebwiller est située entre Colmar et Mulhouse, à l'entrée de la vallée du Florival et tout près du Grand Ballon. Le Florival, signifiant « la vallée des fleurs », est l'autre nom de la vallée de la Lauch.

Un passé très industriel

Pour bénéficier de la force motrice des cours d'eau, de nombreuses industries textiles, et notamment des filatures, se sont installées dans la vallée et Guebwiller fut au XIXème siècle la deuxième ville industrielle d'Alsace après Mulhouse. L'industrie locale a connu un essor dans les années 1946-1953 puis amorce un déclin irrémédiable. Actuellement, seule la société NSC (Nicolas Schlumberger et Cie - 250 salariés), entreprise leader mondiale de la fabrication de machines textiles pour fibres longues, perpétue cet héritage. De nombreuses friches industrielles sont le témoin de ce riche passé industriel, tout comme les maisons ouvrières, regroupées en « cités ». Ces friches ne sont pas exploitées, et si on peut citer des sauvetages de sites industriels très intéressants¹⁵, il n'existe pas réellement de culture industrielle régionale. L'activité commerciale et artisanale est forte (127 commerces) et la présence du plus grand vignoble d'Alsace en terme de superficie exploitée (domaine Schlumberger, 140 hectares et 60 employés) est un atout certain.

15 Par exemple, la réhabilitation par la Communauté de communes de Saint-Amarin des anciennes usines textiles de Wesserling dans le site patrimonial du Parc de Wesserling, seul site industriel en Alsace ayant un projet patrimonial dans lequel 90% des bâtiments existants ont été maintenus. A Mulhouse, la réhabilitation de l'ancienne Fonderie a permis l'implantation de la Faculté des sciences économiques, sociales et juridiques, des archives municipales et un espace dévolu à l'art contemporain. A Guebwiller, on s'oriente davantage vers des logements.

Guebwiller a une population d'environ 11 000 habitants¹⁶, c'est la neuvième ville du Haut-Rhin et la dix-septième ville d'Alsace en nombre d'habitants. La hausse observée depuis le dernier recensement de 1999 est d'environ 1,12%, évolution plus faible que celle constatée à l'échelle du département (3,91%) et de la région (4,50%), mais aussi inférieure aux communes limitrophes de Buhl (3,48%) et de Soultz-Haut-Rhin (6,12%)¹⁷. La répartition de la population de Guebwiller selon la pyramide des âges est comparable à celle du Haut-Rhin et de l'Alsace.

La répartition par professions et catégories socio-professionnelle est un indicateur des principales caractéristiques de la vie économique d'un territoire. A Guebwiller, on remarque que la répartition constatée lors du dernier recensement de 2007 est tout à fait comparable à celle du département et de la région avec un fort taux d'ouvriers (19,9% à Guebwiller, 18,8% dans le Haut-Rhin et 17,9% en Alsace). La population se caractérise par ailleurs par un fort taux de retraités (25%), ainsi que d'employés (16%) et des personnes sans activité professionnelle (16%). Le taux de chômage des 15-64 ans au sens du recensement est de 13,7% en 2007, il reste inférieur à celui du département. On remarque que les habitants sont assez peu diplômés (26,8% de sans diplôme, 27,9% dont le diplôme le plus élevé est un CAP ou un BEP). Par rapport à l'ensemble du département du Haut-Rhin, la ville de Guebwiller se démarque par très peu d'agriculture et beaucoup de secteur tertiaire (notamment dans le domaine du commerce et de la réparation automobile).

Des changements politiques récents

La ville, comme une grande partie de l'Alsace, a depuis la seconde guerre mondiale toujours été marquée à droite. Ainsi, aux élections régionales de 2004, l'Alsace est la seule région métropolitaine où la droite l'emporte, et c'est de nouveau l'Union pour la Majorité Présidentielle qui remporte les élections de 2010. Lors des élections présidentielles de 2007 on constate en Alsace une très forte surreprésentation du vote Sarkozy et une légère surreprésentation du vote extrême-droite¹⁸. L'élection à la tête de la ville en 2008 de Denis Rebmann, socialiste, est une exception dans le paysage politique alsacien¹⁹ et la première accession de la gauche au pouvoir dans la ville depuis 1929. Mais quant à savoir si ce sera durable, la question est ouverte : alors qu'aux cantonales 2004,

16 Ces données sont issues de INSEE. *Chiffres clés : Guebwiller (68112 - Commune)*. Disponible sur : <http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/default.asp?page=statistiques-locales.htm>, consulté le 3 février 2011. 19 p.

17 VILLE DE GUEBWILLER. *Étude sur l'organisation actuelle et la réorganisation des équipements scolaires des structures d'accueil et équipements périscolaires*. (p. 7)

18 LEROY, Stéphane. « Les principaux enseignements du 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2007 en cartes », *Cybergeo : European Journal of Geography*, Elections présidentielles 2007 en France, mis en ligne le 30 avril 2007, modifié le 30 avril 2007. URL : <http://cybergeo.revues.org/5827>.

19 Strasbourg est cependant une ville socialiste, autre exception de taille dans le paysage politique alsacien.

le Parti socialiste était présent au second tour, la droite et l'extrême-droite sont seules en 2011, Denis Rebmann arrivant quatrième du premier tour, après les écologistes.

Depuis 1991, plus aucun train ne circule sur les voies menant jusqu'à Bollwiller, et Guebwiller se trouve isolée, reliée à Colmar et Mulhouse seulement par quelques cars départementaux. Un raccordement ferroviaire à Bollwiller permettrait via Mulhouse de ne pas tenir Guebwiller trop éloignée du TGV Rhin-Rhône prévu pour décembre 2011. L'attractivité est donc une carte à jouer pour développer la ville de Guebwiller, et c'est dans ce domaine que le maire actuel s'est engagé. Il a choisi pour cela de s'appuyer sur le développement d'une politique culturelle forte et assumée.

II/ La politique culturelle des collectivités territoriales autour de Guebwiller

Les dernières données complètes du Ministère de la Culture et de la Communication sur l'Alsace datent de 2006²⁰. Les financements publics en faveur de la culture provenaient alors à 55,2% des villes alsaciennes, 29,9% du Ministère de la Culture, et respectivement 7,7 et 7,3% pour la Région et les deux départements. Sept lieux de production et de création étaient recensés, dix lieux de diffusion, vingt-quatre festivals (dont la grande majorité était centrée sur la musique), quarante-trois équipes artistiques indépendantes, six lieux d'enseignement et de formation ainsi que cinq lieux de ressources et autres réseaux. Les subventions allouées par le Ministère sur la Région Alsace sont au-dessus de la moyenne nationale (13,4 euros par habitant en 2006, pour une moyenne en France de 10,3 euros).

A/ La politique culturelle de la Région Alsace

La seule compétence culturelle obligatoire d'une région est l'inventaire général du patrimoine culturel (loi du 13 août 2004) : l'Alsace est la seule région française dont 96% du territoire est couvert par les enquêtes d'inventaire préliminaire²¹, les autres se situant loin derrière. Elle s'occupe également de l'organisation et du fonctionnement des écoles de formation artistique dans le cadre de son plan de développement des formations professionnelles. De plus, comme toutes les autres régions françaises, l'Alsace dispose d'une politique culturelle développée. On y dénombre 4000 associations à vocation culturelle dont 800 chorales, ainsi que 80 musées dont 49 possèdent le label Musée de France. En outre, le Théâtre national de Strasbourg est le seul théâtre national implanté en province.

La politique culturelle régionale depuis la première charte culturelle

La première charte culturelle régionale est signée le 30 juin 1976 entre l'Établissement public régional d'Alsace, le Conseil Général du Bas-Rhin et le Conseil Général du Haut-Rhin et est destinée à la mise en place d'un réseau, le soutien à la

20 CHOTARD, Antoine & LE VAILLANT, Adrien. *Atlas 2006 Alsace. Cartographie régionale des principales structures du spectacle vivant subventionnées par le Ministère de la Culture et de la Communication*. Direction de la Musique, de la Danse, du Théâtre et des Spectacles, Bureau de l'observation du Spectacle vivant. Juillet 2008. 18 p.

21 GOUGEON, Delphine. « La politique culturelle mise en œuvre par la Région Alsace », *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. (p. 349)

création et à la diffusion, la valorisation du patrimoine. Cette charte marque la naissance de l'Agence Culturelle et Technique d'Alsace, devenue aujourd'hui l'Agence Culturelle d'Alsace (ACA), qui a pour mission de favoriser le développement de la vie culturelle en Alsace. Ses statuts précisent : « L'Agence a pour objet d'apporter aux collectivités publiques, aux créateurs, aux diffuseurs et aux associations, son soutien dans le domaine de l'information, du conseil, de l'accompagnement artistique, des moyens techniques ainsi que de la formation ». Au total, cette charte aura mobilisé plus de 81 millions de francs de dépenses publiques dont 32,5% de la part de l'Etat²². La politique des « chartes culturelles » représente un volume total de vingt-six contrats signés entre 1975 et 1978²³, la charte alsacienne étant la première en France à être signée entre l'Etat et une région. Les chartes culturelles sont un élément de la politique de contractualisation et la première remise en cause de la logique sectorielle²⁴.

Cette période de contractualisation prend fin en 1979 et est remplacée au début des années 1980 par les « conventions de développement culturel ». Une seconde charte est donc signée en 1981, avec notamment la mise en valeur du patrimoine alsacien, de son dialecte et de la culture régionale. Aujourd'hui, le contrat de plan État-Région 2007-2013 comprend un projet structurant intitulé « Renforcer le rayonnement culturel alsacien », doté de 47,1 millions d'euros ; il est consacré à quatre équipements dont trois muséographiques : le Musée d'Unterlinden de Colmar, le Musée national de l'automobile/Collection Schlumpf à Mulhouse, le Musée alsacien à Strasbourg, ainsi que le château du Haut-Koenigsbourg²⁵. Ce contrat réaffirme également l'ambition de voir Strasbourg concourir pour devenir « Capitale Européenne de la Culture ». En 2008, le montant des dépenses culturelles affichées par la Région Alsace représente 16,8 millions d'euros, dont 10,9 en fonctionnement et 5,9 en investissement²⁶ ; il s'élève à 20 millions en 2010²⁷. Aujourd'hui, la direction opérationnelle « culture, tourisme et sports » est directement rattachée à la direction générale des services.

22 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Trente ans après les chartes culturelles d'Alsace, quelle action culturelle pour les territoires ?* Agence Culturelle d'Alsace, 2006. (p. 4)

23 PURENNE, Anaïk. « Entre « mission culturelle » et logiques bureaucratiques. Genèse, enjeux et usages des conventions de développement culturel » in DUBOIS, Vincent (direction) & POIRRIER, Philippe (collaboration). *Politiques locales et enjeux culturels. Les clochers d'une querelle XIXème - XXème siècles*. Ministère de la Culture et de la Communication, collection du Comité d'histoire du ministère de la Culture, 1998. 455 p.

24 POIRRIER, Philippe. « Chartes culturelles et conventions de développement culturel » in WARESQUIEL (DE), Emmanuel (direction). *Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1959*. CNRS Editions - Larousse/Bordas, mars 2001.

25 Conseil Régional d'Alsace : <http://www.region-alsace.eu>.

26 GOUGEON, Delphine. « La politique culturelle mise en œuvre par la Région Alsace », *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. (p. 348)

27 Communiqué de presse : Le budget primitif 2010 de la Région Alsace. Disponible sur Conseil Régional d'Alsace : <http://www.region-alsace.eu>.

Les axes de développement de la politique culturelle du Conseil Régional

La politique culturelle de la Région Alsace se concentre autour de quatre axes : aménager le territoire de façon équilibrée en terme de structures culturelles, soutenir les industries et initiatives culturelles, préserver le patrimoine alsacien et promouvoir la langue et la culture régionales²⁸. La région soutient la création artistique, la diffusion du spectacle vivant et les expressions artistiques contemporaines. Elle s'engage auprès de vingt structures culturelles de rayonnement régional, et 250 manifestations culturelles ; une de ses priorités est le rapprochement géographique de l'offre culturelle avec les divers publics. Les Régionales, diffusion décentralisée d'une offre de qualité à l'échelle des territoires, fonctionnent depuis 1998. Toujours dans une optique de diversification des publics, la carte *VitaCulture* permet aux jeunes de 15 à 25 ans vivant en Alsace, quel que soit leur statut, de bénéficier d'un tarif préférentiel dans plus de 100 structures culturelles alsaciennes. Une évaluation faite sur l'utilisation de cette carte montre la prédominance du choix du cinéma et des concerts, alors que l'opéra n'est quasiment jamais choisi. De manière plus globale, plus de la moitié des jeunes détenteurs de cette carte l'utilise au moins une fois par mois²⁹. Les jeunes sont aussi au cœur de subventions du Conseil Régional en faveur des projets éducatifs culturels présentés par les établissements publics et privés destinés à favoriser l'accès des lycéens et apprentis à la culture ; la Région participe également à l'investissement dans des espaces de création et de pratique artistique et culturelle dans les lycées.

Deux soutiens régionaux visent particulièrement à conforter le développement de manifestations culturelles sur l'ensemble du territoire alsacien : les Fonds d'Intervention Culturelle et Fonds d'Animation culturelle des Territoires. Des conventions triennales pluripartenariales ont été signées depuis plusieurs années pour permettre une permanence culturelle des territoires par un accompagnement régional, soutenir les actions transversales entre acteurs, collectivités publiques et personnes morales de droit privé, leur coopération voire la mutualisation de leurs moyens.

Il existe également un Fonds culturel transfrontalier et international, qui valorise la diversité rhénane et consolide les partenariats de proximité tout comme la coopération internationale. Ce fonds a notamment permis la mise en place du Passeport frontalier « Pass Musées »³⁰, qui permet, via l'achat d'un passeport, d'accéder de manière libre et illimitée à 190 musées sur le territoire trinational (Allemagne, France et Suisse) du Rhin supérieur. Avec 26 000 abonnés en 2006, le Pass'musée a atteint son autofinancement, mais le nombre d'abonnés français a baissé de 19 %. Des accords pluriannuels de

28 REGION ALSACE. *La culture et le patrimoine : des richesses exceptionnelles*. Janvier 2009. (p. 1)

29 CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL D'ALSACE. Avis. Culture et développement local : mariage du cœur et de la raison. Avis n°07-07, 8 octobre 2007. (p. 31)

30 A travers le soutien de l'Association du Passeport des Musées du Rhin Supérieur.

partenariat ont été signés avec le canton de Fribourg en Suisse, la région de Basse Silésie en Pologne et avec le Québec : les échanges artistiques sont inscrits dans la durée et les opérateurs culturels de chaque pays sont directement impliqués, par exemple lors de résidences de création.

Concernant le patrimoine alsacien, l'accent est mis sur la restauration et l'animation des châteaux forts et de leurs ruines, très nombreux en Alsace. La Région participe également très fortement à la restauration des lieux culturels historiques classés ou inscrits à l'Inventaire des Monuments Historiques (ainsi que des orgues). Le dialecte alsacien, patrimoine immatériel, est quant à lui soutenu par des actions en faveur de la préservation et de la promotion du patrimoine linguistique régional, via l'Office pour la Langue et la Culture d'Alsace (OLCA). L'OLCA est à la fois un pôle d'information et de documentation et promeut la vitalité de l'identité régionale d'Alsace par la mise en valeur de ses spécificités linguistiques et culturelles.

Le Conseil Régional d'Alsace s'attache également à soutenir le secteur économique de l'audiovisuel et du cinéma, par exemple avec la mise en place d'un Bureau d'accueil des tournages dont le budget annuel est d'environ 1 million d'euros . Le Conseil Régional développe une stratégie en faveur du livre en Alsace, pilotée par la « Mission du livre » depuis le 1er juillet 2007.

B/ La politique culturelle du département du Haut-Rhin

Dès les années 60 et comme le Bas-Rhin, le Haut-Rhin affirme des priorités pour une action publique en faveur de la culture bien avant l'heure de la décentralisation.

La politique culturelle départementale des années 1960 à aujourd'hui

Ainsi, un comité départemental des affaires culturelles est mis en place en 1962³¹. Entre 1970 et 1974, le département du Haut-Rhin définit les principes généraux d'initiatives nouvelles pour le soutien à la formation musicale et pour la conservation des maisons alsaciennes. Cette dernière politique a pris fin il y a deux ans en raison de la baisse des crédits et devant la satisfaction du travail accompli jusque-là. Josiane Stoessel-Litz distingue trois étapes dans le développement de la politique culturelle du Haut-Rhin³². De 1982 à 1988, les cadres et les principes d'intervention sont définis ; l'ensemble des dépenses culturelles augmente de façon continue. De 1989 à 1995, une politique

31 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Trente ans après les chartes culturelles d'Alsace, quelle action culturelle pour les territoires ?* Agence Culturelle d'Alsace, 2006. (p. 4)

32 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Évaluation de la politique pour la culture d'un département. La politique culturelle du Département du Haut-Rhin de 1982 à 2001.* Département du Haut-Rhin, février 2005. (p. 18-19)

culturelle plus autonome s'affirme et donne priorité au patrimoine immobilier et à la culture régionale ; les augmentations de dépenses concernent surtout les investissements. La commission « culture et patrimoine » est installée en 1994 et le Conseil Général du Haut-Rhin s'inscrit sous le signe d'une nouvelle politique de soutien au spectacle vivant. De 1995 à 2001, les dépenses de fonctionnement dépassent les dépenses d'investissement, qui sont en baisse continue, et le budget culturel du département se stabilise. Ainsi, entre 1982 et 2001, l'ensemble des dépenses culturelles du département a progressé de 4,2 millions d'euros à 13,2 millions³³. Durant ces vingt années, les politiques du patrimoine et la formation ont bénéficié de 75% de ces financements, la production artistique 13,7% et l'animation culturelle 10% ; contrairement aux autres départements, le spectacle vivant n'est pas au 1er rang des dépenses culturelles³⁴. Malgré la crise qui touche les finances des départements en augmentant leurs dépenses obligatoires liées au social, le budget connaît entre 2009 et 2010 une augmentation de 2,2%³⁵. Au budget 2011 du Conseil Général du Haut-Rhin, on trouve 11,4 millions d'euros pour la culture et 4,6 millions pour le patrimoine, soit 16 millions (1,96%) sur un budget total de plus de 800 millions d'euros. Aujourd'hui, la Direction de la culture et du patrimoine, rattachée à la « direction générale adjointe des politiques de proximité, des grands équipements et de la prospective », comprend quatre services : patrimoine et conservation, développement culturel, médiathèque départementale, archives départementales.

Entre compétences obligatoires et engagement en faveur des territoires

L'élaboration des schémas départementaux de développement de l'enseignement de la musique, de la danse et de l'art dramatique est une des compétences obligatoire du département en matière culturelle. L'état des lieux dans le Haut-Rhin³⁶ en 2005 montre que la présence institutionnelle et l'irrigation territoriale sont fortes, un large public est touché et les partenariats tissés entre les structures aux vocations diverses sont très riches. Néanmoins, ont été constatés également l'émiettement du réseau des structures, le taux de qualification du corps professoral est extrêmement faible, l'offre artistique manque de cohérence et les modalités de financement de l'enseignement artistique sont disparates selon les genres disciplinaires et liées au degré d'implication des collectivités de tutelle. Ces constats ont ensuite permis l'élaboration du schéma départemental des

33 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Évaluation de la politique pour la culture d'un département. La politique culturelle du Département du Haut-Rhin de 1982 à 2001*. Département du Haut-Rhin, février 2005. (p. 17)

34 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Évaluation de la politique pour la culture d'un département. La politique culturelle du Département du Haut-Rhin de 1982 à 2001*. Département du Haut-Rhin, février 2005. (p. 19-20)

35 PLANSON, Cyrille. « Collectivités territoriales. La réforme à marche forcée », *La Scène*, n° 57, été 2010. pp. 82-87

36 DEPARTEMENT DU HAUT-RHIN. Schéma départemental de Développement des Enseignements Artistiques. CG 68, Direction de la Communication. (p. 11 à 13)

enseignements artistiques validé en 2007 et opérationnel depuis 2008.

En outre, sur son site Internet, le Conseil Général propose quatre axes pour son action culturelle³⁷ : favoriser le développement culturel, valoriser le patrimoine, promouvoir la lecture publique et répondre aux besoins de mémoire. « Avec un budget culturel qui se stabilise à 14,2 millions d'euros, le département du Haut-Rhin choisit en 2005 de réserver près de 40% de son action à une politique nouvelle dit de développement culturel, composée d'interventions pour les lieux de diffusion, les expressions artistiques et des actions contractuelles locales (bassins de vie). »³⁸. La priorité est donnée aux publics et aux territoires. Pour ce faire, le Conseil Général a développé différents dispositifs d'aide : soutien aux Expressions Artistiques, soutien aux Lieux de Diffusion et Opérateurs Culturels, soutien au Développement Culturel des Territoires, Opération Collège au Cinéma, Enseignement Artistique et Pratique, aide à l'Investissement. Les mêmes montants de subvention ont été maintenus dans la plupart des cas, malgré la crise. Des conventions de partenariat avec les structures culturelles accompagnent ce dispositif en direction des territoires, l'accent est mis sur le partenariat avec les compagnies, lieux de diffusion, conservatoires, écoles centre et opérateurs culturelles sans lieu. Les communautés de communes peuvent choisir quel équipement ou structure elles vont soutenir dans une compétence facultative, mais se révèlent très frileuses dans leur rapport à la culture, pourtant un élément de développement local, économique et touristique. Le dispositif en faveur des communautés de communes est actif depuis 2003, mais seules deux y ont recouru : Cernay et Illfurth. Chaque convention fait l'objet, durant sa dernière année de validité, d'une évaluation par des cabinets extérieurs.

De manière plus globale, on peut observer que la musique est une priorité pour le Conseil Général du Haut-Rhin, par contraste avec la danse et des arts du cirque³⁹. Le soutien au patrimoine n'est pas en reste, et trois lieux en sont emblématiques. Le Château du Hohlandsbourg est une propriété du Conseil Général, géré par un syndicat mixte. Wesserling est à la fois un parc paysager et musée du textile, propriété du Conseil Général gérée par une association. L'Écomusée d'Alsace, historiquement soutenu par le Conseil Général, est géré en partenariat avec le Bioscope par la CDA (pour la partie commerciale). Dans le domaine de l'archéologie préventive, le Pôle d'archéologie interdépartemental rhénan, qui fonctionne depuis janvier 2007, est la seule structure de ce type en France, et

37 Conseil Général du Haut-Rhin : <http://www.cg68.fr/culture/>.

38 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Trente ans après les chartes culturelles d'Alsace, quelle action culturelle pour les territoires ?* Agence Culturelle d'Alsace, 2006. (p. 8)

39 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Évaluation de la politique pour la culture d'un département. La politique culturelle du Département du Haut-Rhin de 1982 à 2001.* Département du Haut-Rhin, février 2005. (p. 143-144)

va plus loin que la simple coordination en permettant une réflexion partagée et une suppression des chevauchements.

C/ La Communauté de Communes de la Région de Guebwiller et la culture

« La culture fait l'objet d'une participation intercommunale croissante. D'un côté, les dépenses culturelles des groupements intercommunaux passent de 206 à 842 millions d'euros entre 2002 et 2006, sous l'effet d'une progression du nombre de groupements engagés dans le domaine culturel. De l'autre côté, les structures intercommunales tendent globalement à intensifier leur effort budgétaire en faveur de la culture. Dans la même période, la part des financements qu'ils consacrent à la culture passe, en effet, de 3,1% des budgets à 5,7%. »⁴⁰.

La Communauté de Communes de la Région de Guebwiller a choisi de prendre pour compétence les activités culturelles, touristiques et pédagogiques d'intérêt intercommunal (arrêté préfectoral n°2003-127-12 du 7 mai 2003). L'article 5.12 des statuts détaille les actions quant à la « gestion d'activités culturelles », autrement nommé développement culturel. La première des actions est la promotion, la coordination et la gestion d'actions de politique culturelle dans le cadre de la mise en œuvre de la labellisation « Pays d'Art et d'Histoire ». La seconde est l'investissement, la gestion en régie propre ou des participations financières à des structures publiques ou associatives, ayant pour objet la création, l'entretien, le fonctionnement d'activités et d'équipements pédagogiques, touristiques et culturels d'intérêt intercommunal (sauf équipements festifs, sportifs et d'enseignement scolaire). Les structures concernées sont l'Institut Européen des Arts Céramiques à Guebwiller et les Dominicains de Haute-Alsace.

Pays d'Art et d'Histoire

Depuis le 5 juillet 2004, la Communauté de Communes de la Région de Guebwiller est détentrice du label Pays d'Art et d'Histoire. Ce label est décerné par le Ministère de la Culture depuis 1985, en partenariat avec les collectivités territoriales, à des territoires, communes ou groupements, qui proposent une démarche active de connaissance, de conservation, de médiation et de soutien à la qualité architecturale et au cadre de vie. Le Ministère apporte un soutien scientifique, technique et financier à la mise en œuvre, dans une logique de projet, d'une politique de valorisation du patrimoine et de sensibilisation à l'architecture, dans une perspective de développement durable sur les plans culturel, social et économique. Une forte volonté politique tout comme l'inscription dans un projet

⁴⁰ AGENCE CULTURELLE D'ALSACE. *L'intercommunalité culturelle en Alsace. Etat des lieux de l'intercommunalité culturelle en Alsace. Les freins et conditions propices au développement de la culture dans l'intercommunalité*. Les Études de l'Agence, 2010. (p. 5)

global de territoire sont très importants. Si au niveau national, on dénombre 149 Villes et pays d'art et d'histoire⁴¹, l'Alsace a compté Strasbourg comme seule Ville d'art et d'histoire entre 1986 et 2004. Puis la Communauté de Communes du Val d'Argent a obtenu le label Pays d'Art et d'Histoire en bâtissant sa stratégie de redéploiement économique en multipliant les initiatives privées et publiques autour notamment de projets culturels, ainsi que Mulhouse depuis 2008.

Les objectifs de la convention sont de sensibiliser les habitants à leur cadre de vie et inciter à un tourisme de qualité, initier le jeune public à l'architecture, au patrimoine et à l'urbanisme, et présenter le pays dans un centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP). Pour cela, la création d'un service d'animation de l'architecture et du patrimoine a été rendue nécessaire, et le Ministère apporte une aide financière durant les cinq premières années pour couvrir une partie des coûts, s'élevant à 8 900€ en 2007 à 29 000 € en 2010⁴². Une animatrice du patrimoine a été recrutée pour réaliser l'inventaire du patrimoine, mettre en place des visites guidées et programmer des ateliers, conclure un partenariat avec les structures culturelles et touristiques et avec les associations de valorisation de la culture montagnarde. Elle est aussi chargée de créer un environnement culturel dynamique en partenariat avec les Dominicains, le Centre Départemental d'Histoire des Familles, l'Institut Européen des Arts Céramiques et les associations dans une volonté événementielle et touristique. Des actions éducatives dans le temps scolaire (ateliers pédagogiques pour les écoles primaires, projet de réaménagement du temps scolaire au collège), des activités extrascolaires (rallye du patrimoine) ainsi qu'un chantier au Hugstein visent plus particulièrement les jeunes. La conception, autour d'un thème par année, et la mise en place d'une signalétique ou l'accueil d'expositions font partie d'un travail plus global de développement touristique. Le projet de Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine, inscrit dans la convention, pose pour l'instant des problèmes politiques dus à son positionnement géographique.

Le cadre législatif impose aux Villes et pays d'art et d'histoire de n'embaucher que des guides-conférenciers agréés. La Communauté de Communes porte, pour la Région Alsace, la formation de ces guides et la mise en place de l'examen les concernant tous les deux ans, en partenariat avec la DRAC Alsace. Elle organise également des sessions de formation continue sur des thématiques nouvelles ou d'actualité.

Ce label va permettre également au Pays d'Art et d'Histoire d'appuyer sa politique de gestion de l'espace et des ressources naturelles en maintenant un partenariat

41 COMMUNAUTE DE COMMUNES DE LA REGION DE GUEBWILLER. Diapositives de présentation du label Ville et Pays d'Art et d'Histoire par Cécile Roth. Disponible sur http://plate-forme-patrimoines-et-territoires.source.asso.fr/fileadmin/files/PER_CIP/presentationAndlau_CecileRoth.pdf.

42 Hors charges de personnel (deux postes ainsi que des vacataires), sans compter également les subventions allouées et la cotisation des différents réseaux nationaux).

technique avec le Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges. Le Parc est lui-même un partenaire culturel potentiel. « Convaincu que la culture est un facteur de développement, le Parc a inscrit dans sa charte un objectif consacré au développement culturel. »⁴³. Depuis plus de dix ans, le Parc met en œuvre des projets de création artistique, notamment des résidences d'artistes, développe des outils de connaissance et de communication à destination des élus, habitants et acteurs de la culture et du patrimoine, organise des rencontres et des formations, des opérations de promotion et de sensibilisation aux patrimoines culturels.

D/ Guebwiller : la culture comme facteur d'attractivité de la ville

Le projet de mandat global est « Bien vivre à Guebwiller », c'est-à-dire faire de Guebwiller grâce à une certaine vitalité culturelle une ville attractive, dans le but que la population s'accroisse. La culture, contribuant à l'attractivité de la ville, a été utilisée par la nouvelle municipalité comme le premier levier pour faire connaître la ville et en faire parler. Levier de développement, la culture semble un besoin pour la ville de Guebwiller, à l'instar de Mulhouse ou Lille. Les élus locaux lui attribuent des faveurs économiquement positives, telles que le développement de l'activité et la création d'emploi, une augmentation du tourisme. C'est le premier adjoint au maire qui est en charge des affaires culturelles, démontrant la priorité accordée à ce domaine. Mais politiquement, cette position est parfois difficile à tenir.

Le projet « Noël Bleu » de 2010 avait ainsi pour objectif de faire venir des Alsaciens et des touristes à Guebwiller, faire parler de la ville, et c'est réellement ce qui a eu lieu. L'innovation permettait alors de se singulariser, de renforcer le dynamisme et la créativité, l'image et l'identité du territoire. Cependant, la population locale n'a pas adhéré au sapin électronique⁴⁴ et le sentiment d'un gaspillage des fonds publics a été relayée par la presse. On retrouve exactement ce que décrit Jacques Perret : « Un accueil mal préparé ou mal accompagné a toutes les chances d'être sans effets, voire contre-productif : le travail de l'artiste ne sera pas compris et suscitera indifférence ou rejet, on trouvera toujours trop chers et inutiles les crédits dépensés (même s'il s'agit de crédits extérieurs : DRAC, Région...), on parlera de parisianisme, d'élitisme, de copinage, etc... »⁴⁵. La difficulté par rapport à ces critiques est l'impossible évaluation quantitative des retombées directes, par exemple sur le nombre d'investisseurs qui ont entendu parler de la ville et vont ensuite se

43 Parc naturel régional des Ballons des Vosges : http://www.parc-ballons-vosges.fr/culture_patrimoine/

44 Élaboré par 1024Architecture, ce sapin de 24 mètres de haut a été qualifié d' « échafaudage ».

45 PERRET, Jacques. *L'action culturelle des petites villes. Guide pratique*. Association des petites villes de France, Observatoire des politiques culturelles, septembre 1995. (p. 36)

présenter pour la réhabilitation des friches industrielles. Ce projet culturel a cristallisé des antagonismes qui se sont déplacés sur ce terrain symbolique, il semble que les divisions locales aient été réveillées par une initiative non entièrement maîtrisée.

La politique culturelle municipale : équipements et animation

La ville dispose de plusieurs équipements culturels. L'accent est mis sur la diffusion, l'animation mais non directement sur l'aide aux artistes et à la création. Le théâtre n'accueille pas de programmation régulière mais est loué, majoritairement par une compagnie locale de théâtre alsacien. Quelques spectacles professionnels sont accueillis en partenariat avec le Festival Momix de Kingersheim et les Régionales organisées par l'Agence Culturelle d'Alsace. Le Musée Théodore Deck et des Pays du Florival contient une collection de céramiques Deck unique au monde et permet d'admirer le célèbre « bleu Deck ». Il est inscrit dans le réseau des « Pass Musées », ce qui attire environ 450 des 4200 personnes qui visitent le Musée chaque année. Un conservateur bénévole a constitué et géré la collection pendant trente ans, aujourd'hui un attaché de conservation est en cours de recrutement : la municipalité souhaite une personne professionnelle pour assurer le projet scientifique et culturel du musée. La médiathèque est le troisième équipement de la ville en régie directe, c'est-à-dire que l'organisation et le fonctionnement de l'activité est pris en charge directement par les services de la mairie.

D'autres structures, si elles ne sont pas municipales, jouent un rôle important à Guebwiller et bénéficient de subventions culturelles. Un cinéma, sous la forme juridique d'une société à responsabilité limitée, bénéficie du soutien de la ville, qui ne lui verse plus de subventions mais règle les fluides et prête gracieusement le bâtiment. Depuis un changement de gérant, le cinéma connaît une croissance très forte et accueille aujourd'hui 43 000 spectateurs par an. L'Institut européen des Arts Céramiques, organisme de formation et de diffusion, est également un acteur important de la vie culturelle à Guebwiller, toutefois plus connu au niveau national voire international que dans la ville même. La Ville de Guebwiller soutient également très fortement les Dominicains de Haute-Alsace⁴⁶, en tant que vitrine pour Guebwiller, car c'est un lieu qui apparaît comme prestigieux, mais aussi comme partenaires pour les « Noël Bleu » et d'autres événements. Ce soutien très fort à une structure départementale et musicale de pointe n'est pas compris de tous les Guebwillerois, mais il représente pour le maire et son premier adjoint un partenariat avec des professionnels, une occasion de réfléchir ensemble tout en sachant chacun garder sa propre logique⁴⁷. Cette démarche de partenariat permet d'instaurer un espace et un moment de dialogue, l'occasion d'énoncer des objectifs précis

46 Une subvention de 100 000€ par an est accordée à la ville, qui règle aussi les fluides.

47 Entretien avec Bernard Laplagne, premier adjoint, Ville de Guebwiller, 22 juin 2011.

et réalistes qui sont ensuite évaluables.

Les associations de la ville qui en font la demande reçoivent des subventions, mais peuvent également être aidées en nature, comme l'association Gamma dont les informations sont diffusées dans la newsletter culturelle mensuelle de la mairie.

En plus de ces structures, la ville conçoit des animations culturelles ponctuelles ou plus régulières. A l'issue des trois premières années du mandat, plusieurs actions arrivent à bout de souffle et un besoin de renouvellement se fait sentir, de nouvelles idées sont à trouver. Certaines actions ont déjà cessé, comme les lectures dans les vitrines des magasins. D'autres actions, telle ArtMobil, artistes qui proposent des ateliers d'art plastique aux enfants et aux jeunes dans les quartiers l'été, vont perdurer, mais les artistes ne sont pas toujours les mêmes. Les Musiques du Samedi sont également un concept qui va être conservé, tout en évoluant : le principe de concerts de musique traditionnelle alsacienne reste, en direction d'un public du troisième âge, et à cela vont s'ajouter des animations de l'association locale d'échecs ainsi qu'un petit marché de brocanteurs. Le festival Bilingo, financé par le département, a lui aussi toute sa place dans la politique culturelle de Guebwiller et la promotion du bilinguisme.

Le travail en partenariat est un élément très important du développement de la vie culturelle à Guebwiller⁴⁸. Ainsi, une convention de partenariat existe entre l'École Supérieure des Arts décoratifs de Strasbourg et la ville de Guebwiller. Des expositions sont également organisées en lien avec le Fonds Régional d'Art Contemporain.

Les moyens de cette politique

La culture fait partie de la Direction des Savoirs et du Temps Libre, comprenant quatre services : culture et communication, sport et enseignement, médiathèque, espace jeunesse. « L'administration culturelle regroupe, dans un service plus ou moins individualisé selon la taille des communes, les moyens de gestion directe, de contrôle et d'intervention de la municipalité dans les disciplines artistiques et les fonctions culturelles. Le travail de ce service consiste aussi à organiser une médiation entre les administrations de l'Etat, les autres collectivités locales et les acteurs locaux du développement culturel – responsables des équipements, artistes, associations -, notamment en les aidant à préparer les dossiers annuels de demande de subvention. »⁴⁹. Le service culturel est composée d'une directrice et de trois chargées de développement, dont une à temps partiel. Si le travail de médiation est bel et bien partie intégrante du travail du service

48 « Je crois qu'au 21ème siècle, dans la culture comme dans la vie, si on est seul on est mort. » Entretien avec Bernard Laplagne, premier adjoint, Ville de Guebwiller, 22 juin 2011.

49 SAEZ, Guy « Communes » in WARESQUIEL (DE), Emmanuel (direction). *Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1959*. CNRS Editions – Larousse/Bordas, mars 2001. (p. 146)

culturel, l'aide pour les demandes de subvention ne semble que très ponctuelle.

Il est très difficile de définir précisément le montant des dépenses culturelles de la Ville de Guebwiller. En effet, la fonction culture du budget comprend le soutien aux expressions artistiques, au cinéma, au théâtre, à la médiathèque, au musée, ainsi que la gestion des archives de la ville, soit un million d'euros sur un budget de fonctionnement de 9 millions d'euros (un peu moins de 10%)⁵⁰. Dans cette fonction culture, il est à noter que les charges de personnel et les fluides représentent plus de la moitié de la somme, puis suivent les subventions, et il ne reste qu'une petite part pour gérer en direct des projets, ceux-ci étant majoritairement des expositions au musée. Avec une baisse globale du budget de 2,7%, ajoutée à une hausse des charges incompressibles, le budget dévolu aux projets a connu une baisse non négligeable en 2011. Cependant, certains événements culturels sont intégrés à d'autres fonctions, car c'est la finalité qui importe plus que la nature du projet. Noël Bleu fait partie de l'administration générale, dans la rubrique « attractivité de la ville », ArtMobil et le cinéma de plein air font partie du « social ». Inversement, l'entretien des Églises est lui intégré au budget culture, ce qui est une évolution due au changement de la construction du budget, auparavant élaboré par services. Le budget dépend donc d'une certaine façon de ce qu'englobe le terme de « culture ».

Depuis quelques temps, la ville développe une recherche active de sponsors, notamment pour l'évènement Noël Bleu, très coûteux et dont la forme s'y prête particulièrement. Un partenariat en nature existe aussi avec Habitats de Haute-Alsace⁵¹ qui met à disposition une camionnette pour l'été à l'occasion de la manifestation *ArtMobil*. Mais le savoir-faire n'est pas encore aussi développé qu'aux Dominicains de Haute-Alsace.

50 Entretien avec Fanny Rossin, directrice des Savoirs et du Temps Libre, Ville de Guebwiller, 12 juillet 2011.

51 Office Public de l'Habitat.

Deuxième partie - Les Dominicains de Haute- Alsace : un projet artistique, deux types de financement

Deux scènes conventionnées sont recensées en plus des Dominicains de Haute-Alsace sont recensées dans la région : CRÉA, scène conventionnée pour le jeune public, et Pôle Sud, scène conventionnée pour la danse et le jazz. Couvent du XIVème siècle classé monument historique, la scène conventionnée pour la musique a aujourd'hui un projet artistique et culturel tout à fait spécifique (I). La pratique du mécénat, cœur du stage effectué, aux Dominicains sera présentée dans ce qu'elle a d'original et de professionnel, mais également en proposant quelques évolutions (II).

I/ Description et analyse d'un monument historique devenu scène conventionnée pour la musique

Découvrir un lieu patrimonial aujourd'hui consacré à la musique a été une expérience forte. Pour mieux être intégrée à l'équipe mais aussi dans l'objectif même d'être plus performante dans la recherche de mécénat, il est apparu nécessaire de s'imprégner du projet de ce lieu si particulier, mais également d'en comprendre les rouages plus administratifs.

A/ Le projet des Dominicains de Haute-Alsace

Jusqu'en 1991, la ville de Guebwiller est propriétaire du Couvent des Dominicains qui sert à l'accueil d'associations locales et est également le lieu d'organisation de concerts prestigieux. « En 1991, le Département du Haut-Rhin devient propriétaire du site. Baptisé « Centre *polymusical de Haute Alsace* » les Dominicains mobilisent jusqu'en 1998 les efforts de deux associations : Les Amis des Dominicains et la nouvelle Association de Gestion des Dominicains. L'affirmation de la vocation musicale des Dominicains d'abord incertaine (1989-1991) intervient suite à la décision départementale de donner aux Dominicains « *une orientation musicale* » en 1992. »¹.

1 STOESSEL-LITZ, Josiane. *Évaluation de la politique pour la culture d'un département. La politique culturelle du Département du Haut-Rhin de 1982 à 2001*. Département du Haut-Rhin, février 2005. (p. 339-340). Souligné dans le texte.

Le couvent des Dominicains, classé monument historique

Le couvent des Dominicains de Guebwiller est un ensemble architectural comprenant des bâtiments conventuels du Moyen-Âge, ainsi qu'une ancienne église Saint Pierre et Saint Paul, de style gothique. C'est un monument historique classé du XIV^{ème} siècle. Ces bâtiments ont été vendus comme biens nationaux à la Révolution, et ont par la suite servi d'entrepôt, d'hôpital, et même de marché couvert de la ville. Mais dès le XIX^{ème}, le chœur est utilisé pour des activités musicales. Aujourd'hui, le bâtiment des Dominicains est une propriété du Conseil général du Haut-Rhin, qui en a assuré la restauration et l'aménagement dans la perspective de créer un centre culturel dédié à la musique. D'importants travaux de réhabilitation ont été entrepris sur l'édifice, soutenus par les partenaires publics, en particulier par l'Etat dans la cadre de sa politique de conservation des monuments historiques et au titre du Contrat de plan Etat-Région 2000/2006. La dernière campagne de restauration, en 2009/2020, a mis en valeur certaines peintures murales de la Nef.

La première des valorisations de ce patrimoine est la mise en place de concepts autour des concerts, propositions innovantes, inédites, qui créent l'identité du site. Le public devient « spect'acteur » au cœur d'un couvent du XIV^{ème} siècle. Mais une étude d'évaluation de la convention triennale 2006-2008 commandée par le Conseil Général du Haut-Rhin a conclu à une valorisation du monument historique encore à développer. Un cabinet a réalisé une étude de développement de l'activité patrimoniale sur le site des Dominicains de Haute-Alsace. Depuis la remise de l'étude, un travail artistique soutenu afin de rendre le lieu le plus attractif possible a abouti à la création des *Nuits 3D* ainsi que des audioguides. Les *Nuits 3D* sont une soirée autour d'un mapping-vidéo² de 28 minutes sur la thématique du mystère, une évocation de la vie du couvent. Tout est fait pour rendre la soirée agréable, baignée de la musique électronique du compositeur en résidence Vincent Villuis.

45 audioguides à la pointe de la mode technologique (Ipod nano) ont été achetés pour les audioguides, proposés en français, allemand et alsacien, avec la possibilité de télécharger les podcasts depuis le site Internet³. Les salles ont été réaménagées le temps de l'été et la signalétique permanente a été refaite selon la couleur de la plaquette de saison : vert fluorescent. Le jardin de curé du couvent a fait l'objet d'un travail approfondi de remise en état, et accueille également tout l'été l'animation sonore *Jardin magnétique*. Des moyens, notamment en personnel, ont été nécessaires pour mener à bien cette

2 Le mapping-vidéo est la mise en valeur ou l'habillage d'une surface autre qu'un écran classique, par un système de vidéoprojection. Le contenu est toujours adapté à la surface, mais le mapping-vidéo peut aller de la simple prise en compte des contours de l'objet ou du bâtiment à la redéfinition graphique très précise du support de projection.

3 Ceci permet de se connecter directement avec son smartphone sur le site et d'effectuer la visite, par exemple les soirs de concert.

valorisation du site : une diplômée de sécurité incendie et d'assistance à personnes, une vacataire, une jardinière, une stagiaire patrimoine se sont ajoutées à l'équipe permanente des Dominicains. Une communication exceptionnelle a été mise en place avec l'édition de 100 000 flyers diffusés en Alsace et en Allemagne dans des lieux touristiques et non exclusivement culturels, un partenariat avec Groupon⁴, des présentoirs chez les commerçants de la Communauté de Communes proposant une offre spéciale, etc.

La valorisation du patrimoine architectural, pictural et historique devait être accompagnée de l'ouverture du site en entrée libre, volonté affichée dans la convention de 2009/2012. Faute de personnel, ceci n'est pas réalisé, ce qui diminue l'impact que pourrait avoir cet élément patrimonial guebwillerois. Les Dominicains de Haute-Alsace possèdent également un parc instrumental de grande valeur avec une collection d'instruments anciens (instruments à clavier, mandolines, flûtes, cuivres), mais celui-ci n'est pas valorisé.

Les Dominicains de Haute-Alsace, scène conventionnée transfrontalière pour la musique

Le label « scène conventionnée » est décerné par le Ministère de la Culture et de la Communication⁵ aux lieux de diffusion et de production dont l'Etat souhaite encourager et accompagner une partie du projet artistique ou culturel. Une convention triennale avec des objectifs évaluables est contresignée par les collectivités qui assurent le fonctionnement général, ici le Conseil Général, la Région et la Ville, et sont garantes du projet global de la structure. En vertu de la loi, la convention est liée au projet du directeur, et contient donc une clause automatique de caducité en cas de départ de celui-ci.

La convention de partenariat 2009/2012 des Dominicains de Haute-Alsace réunit le Département, le Région, l'Etat et la Ville de Guebwiller. « L'objectif n'est pas de « spécialiser » mais de garder une pluralité d'offre en fonction des différents lieux de diffusion possibles (caveau, nef, réfectoire d'été, salle Clara Schumann, cloître). Grandes formations orchestrales ou chorales, musique de chambre, opérette de chambre et petites formes liées à la comédie musicale, jazz, musiques du monde, cabaret, programmation jeune public : un choix délibéré de proposer un éventail de styles d'expression musicale qui permettra un brassage le plus large possible des publics, toutes catégories confondues (classes sociales, âges). »⁶. En effet, les esthétiques proposées sont très diverses sur la saison qui s'étend de juillet à juin.

Des ensembles régionaux mais également de renommée nationale et internationale

4 Site Internet d'achat groupé, qui propose des réductions très avantageuses transmises par mails.

5 Voir annexe II sur les scènes conventionnées.

6 « Projet artistique et culturel 2006-2008 ». Novembre 2005. (p. 7)

sont accueillis et présentées dans une conception à chaque fois unique (configuration, mise en lumière, dispositif d'écoute). Ce sont majoritairement des orchestres allemands et suisses qui nourrissent le répertoire symphonique. La musique de chambre a quant à elle trouvé sa place au Réfectoire d'Eté, avec le concept des *Cafés Rhénans*⁷. Les Dominicains s'affirment également par leur soutien aux formes exigeantes de la création contemporaine, en proposant une mise en espace propre à l'œuvre, de musique « savante » ou « actuelle ». Les musiques du monde, genre musical pour lequel la demande est la plus forte, sont également présentes, ainsi que le jazz, souvent présenté au caveau, et qui connaît un réel engouement et une forte demande. Enfin, cabaret et ciné-concert sont parfois également présents.

La « transfrontalité » est une des priorités du projet artistique et culturel affichée dès 2006, présentant la musique comme un langage universel qui favorise la rencontre entre les cultures et les pratiques. Les Dominicains de Haute-Alsace revendiquent le développement d'un projet artistique transfrontalier autour de trois axes : la communication, les projets jeune public et les transports. La plaquette de saison était bilingue jusqu'en 2010/2011, et pour cette année deux plaquettes selon la langue ont été éditées. Le site Internet devrait rapidement être disponible en allemand, comme l'était le précédent.

Un projet jeune public transfrontalier voit le jour pratiquement à chaque saison⁸. En 2009/2010, *L'Enfant et les sortilèges*, fantaisie électro-médiévale, a été monté avec une équipe artistique franco-allemande, de jeunes solistes internationaux et des scolaires venus de France, Allemagne et Suisse. L'année passée, le partenariat entre le Lycée franco-allemand de Freiburg et la scène conventionnée pour la musique, a donné lieu à la signature d'une convention de partenariat et la présentation du spectacle *Oh Fortuna*. Pour 2012/2013, le projet à venir sera *La Nef des fous*, issu d'un partenariat entre un lycée allemand et un lycée français, autour de l'humanisme rhénan.

Enfin, les Dominicains de Haute-Alsace ont impulsé le projet *Trijaz* en partenariat avec le Jazzhaus de Freiburg et le Bird's Eye à Bâle. Dans le cadre d'une programmation conjointe, des navettes de transport permettent au public français de se rendre à des

7 Les Cafés Rhénans, concept déposé par les Dominicains de Haute-Alsace, proposent d'écouter de la musique de chambre d'hier et d'aujourd'hui...autrement. Faisant le constat que l'auditoire de ce genre musical devient de plus en plus restreint, le pari a été fait de tenter de retrouver l'esprit des salons du XIXème siècle, et de s'y laisser guider par un magicologue, docteur en musicologie. Des artistes radicalement à l'opposé sont unis par une thématique commune, tel un ténor dans un répertoire de Schumann, Chopin et Schubert, et un slameur strasbourgeois, qui évoquent l'exil chacun à leur façon.

8 Rencontre franco-allemande de classes de primaires autour du patrimoine et de la musique (2003/2004), concerts avec 80 jeunes saxophonistes amateurs dans le cadre de la résidence de Gérard Garcin (2005/2006), projet musical européen avec les chœurs et orchestres des trois lycées franco-allemands d'Europe (2007/2008), ateliers d'écriture, de danse (hip-hop), de DJ et de musique assistée par ordinateur avec des jeunes Français et Allemands (mai 2008), avant-scènes de la Hochschule für Musik de Freiburg aux Dominicains de Haute-Alsace (2008/2009).

concerts à Bâle ou à Freiburg, lorsqu'ils sont complets aux Dominicains. Des échanges entre les professionnels sont en cours de réflexion pour les mois à venir. Les Dominicains sont également partenaires du festival Stimmen de Lörrach (Suisse), dans le cadre duquel un concert de Morcheeba⁹ et *Une nuit en Galilée* ont été organisés cet été dans la Nef. Un partenaire suisse, le festival Stimmen, programme en accord avec le directeur quelques concerts aux Dominicains de Haute-Alsace, et une partie des relations avec la presse sont faites en commun, tout comme avec le Kammerorchester Basel.

Un lieu de vie pour les musiciens et un lieu d'accueil des arts numériques

Les Dominicains se veulent un lieu vivant et ouvert aux musiciens. Une politique de résidence a été mise en place pour développer le travail de création et de diffusion et assurer son rayonnement. Derrière le choix d'un artiste se cache également la volonté d'une identification au niveau national, en choisissant des professionnels reconnus dans leur domaine. Gérard Garcin a été accueilli en 2005-2006, menant un projet d'opéra jeune public ; Jonathan Pontier a été compositeur en résidence jusqu'en juin 2009. La résidence de Vincent Villuis, compositeur et sound designer, fondateur du label Ultimae, a pris fin en juillet 2011 ; il a participé à de nombreux projets des Dominicains, parmi lesquels *Noël Bleu 2010*, la Soirée de remises des prix des Villes et Villages Fleuris, les *Nuits 3D*. Hol Baumann, compositeur de musique électronique signé par la label Ultimae, sera en résidence à partir de septembre 2011.

Les pratiques amateur ont également leur place aux Dominicains ; un regard artistique, un accompagnement financier, de l'aide en communication ou encore la mise à disposition des locaux, leurs équipements et de la technique sont proposés aux artistes amateurs. C'est aussi par la mise en réseau que se matérialise cette aide, ainsi qu'avec des partenariats avec les têtes de réseau que sont la Mission Voix Alsace¹⁰, le Centre Départemental pour la Musique et la Culture¹¹, la Fédération des Sociétés de Musique d'Alsace. En juin 2011, l'ensemble amateur La Forlane a ainsi été accueilli pour une

9 Ce concert avait une dimension très particulière pour les Dominicains. Il s'agit en effet d'artistes de la mouvance trip hop, très reconnus, et donc d'accueillir 1000 personnes dans le couvent, dans une configuration debout. Un public très différent du public actuel était présent et à conquérir. Tout a été fait pour que la soirée soit la plus agréable possible, une grande partie du public est restée très tard dans la Nuit à profiter de projections vidéo sur les murs du Cloître. Mais seul le long terme permettra de se rendre éventuellement compte d'un impact de ce genre de concert.

10 La Mission Voix Alsace a pour objet le développement et la valorisation de la pratique vocale, de la voix parlée à la voix chantée, à tous les âges, à tous les niveaux et dans tous les répertoires. Elle est à la disposition du public alsacien et de tous ceux qui développent des projets autour de la voix pour les conseiller et les informer, leur apporter une assistance technique et pédagogique, les former.

11 Le Centre Départemental pour la Musique et la Danse, créé par le Conseil Général du Haut-Rhin en 1969, est un interlocuteur privilégié des collectivités en matière de développement artistique. Il contribue par ses actions à la qualité de la formation et de la pratique de la musique, de la danse, du théâtre et des arts du cirque dans le département. Centre de formation, bibliothèque, centre d'informations, groupement d'employeurs, constituent les activités au quotidien des 15 permanents de cette association départementale.

résidence puis deux concerts avec les Clandestines, compagnie professionnelle de théâtre de rue. Le projet *Défi musique*, lancé en octobre 2010, en direction des jeunes musiciens de la région participe aussi de l'ouverture de ce lieu à tous types de musique. Ainsi, neuf groupes sont accompagnés aux niveaux technique et artistique, dans un souci de favoriser leur responsabilisation et leur autonomie, dans des styles très différents : reggae, rap, rock fusion, etc. Les groupes prêts à assurer une présence scénique auront en 2011/2012 l'opportunité de se produire sur la scène des Dominicains, véritable tremplin pour eux. La scène conventionnée aide aussi à mettre ces groupes en relation avec les bonnes structures afin de favoriser leur développement et leur diffusion.

Forts d'une expérience de présentation d'œuvres numériques depuis 2007, les Dominicains de Haute-Alsace ont ouvert un espace de création numérique en lien avec la création sonore : le Centre AudioVisuel, lieu d'innovation dans la mixité des styles et la recherche sur les nouvelles formes d'écoute. Il accueille des musiciens, des compositeurs et des vidéastes, professionnels et amateurs. Les résidences d'artistes, qu'elles soient audio ou vidéo, permettent l'inscription de ce lieu dans une démarche de recherche. La musique d'hier, d'aujourd'hui et de demain, la vidéo en deux ou trois dimensions, sont explorées au Centre AudioVisuel.

Le Centre AudioVisuel est au cœur de la consolidation des concepts mis en place par les Dominicains de Haute-Alsace : Nuit Hypnotique, mappings-vidéos lors de concerts, partenariat avec l'évènement Noël Bleu de la Ville de Guebwiller. Il est ouvert à toutes formes d'expressions artistiques, populaires ou savantes. Parmi les projets, le Centre AudioVisuel est le point d'ancrage du *Défi musique*. L'enregistrement des voix et le mixage de la musique des audioguides ainsi que les deux mappings des *Nuits 3D* diffusés chaque vendredi soir de l'été 2011 y ont été réalisés. L'équipe du Centre AudioVisuel est composée d'un directeur, qui intervient en prestation de services (ArtsWaves), ainsi que d'un technicien 3D, salarié de l'association des Dominicains de Haute-Alsace. L'objectif du renouvellement de la convention en 2012 est l'obtention du label « scène conventionnée pour les arts numériques ».

Des projets pour quels publics ?

L'augmentation du public est continue depuis plusieurs années. En 2007, la fréquentation totale s'élevait à 29 000 personnes, elle est en 2010 de 49 000 personnes. De 75% en 2009 et 89% en 2010, le taux d'occupation est passé à 91% en 2011 ; de nombreux concerts sont complets. Une politique tarifaire solidaire a été mise en place depuis plusieurs années : la carte 10/10. Cette carte, achetée 10€ permet ensuite de bénéficier de concerts à 10€, à condition d'en prendre trois (quatre pour la saison

2011/2012). 400 ont été vendues en 2009/2010, 470 en 2010/2011. Il est difficile de savoir exactement qui sont les spectateurs. Tous les concerts sont à 5,5€ pour les personnes sans emploi, les moins de 26 ans et les étudiants. A cela s'ajoute une véritable politique de cas par cas, en fonction des difficultés rencontrées par ceux qui voudraient être spectateurs mais n'ont en pas forcément les moyens. En plus d'un tarif spécial, ces personnes sont souvent invitées lorsqu'il reste des places non vendues.

Les statistiques de la saison 2009/2010 indiquent que 28% des spectateurs viennent de Guebwiller, 37% si l'on élargit à la Communauté de Communes, 10% de la région colmarienne, 14% de Mulhouse et ses environs. 25% provient du reste du Haut-Rhin, 5% du Bas-Rhin. Les autres personnes sont originaires du Territoire de Belfort, des Vosges, des autres départements français, de Suisse et d'Allemagne. Il est à noter que pour le public étranger, la fréquentation est très différente d'un concert à l'autre.

Internet est un outil de communication privilégié. Le site Internet a été refondu au début de l'année 2011, afin de le rendre plus volontaire, plus dynamique, plus ergonomique et plus numérique. La page Facebook des Dominicains accueille toujours plus de « fans » pour atteindre aujourd'hui presque 1700, la newsletter mensuelle était reçue par 1500 personnes en 2009, elle l'est aujourd'hui par plus de 4400.

La presse joue également un rôle très important, et les dernières statistiques lors des *Nuits 3D* prouvent que c'est le premier moyen d'information. C'est surtout la presse locale, *L'Alsace* et *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* qui proposent des articles sur les concerts. Mais le *Journal des Spectacles* se fait également le relai de la programmation. Certains évènements sont l'occasion d'une communication plus importante, comme les *Nuits 3D* qui ont vu la réalisation de deux reportages sur la chaîne de télévision locale Alsace 20, et un sur France 3 Haute-Alsace. Parfois, la couverture est nationale, ainsi le directeur a-t-il été invité de l'émission de France musique, « le Partage de midi » le 14 janvier 2010.

Dans un souhait de rapprochement de l'action sociale et de la culture, les Dominicains de Haute-Alsace ont développé un projet avec des organismes et structures dont la mission est d'aider des publics fragilisés dans un objectif d'intégration sociale. Des relations sont entretenues avec les Espaces solidarité du Conseil Général les plus proches des Dominicains. A Rouffach, la chargée du secteur des relations avec les publics intervient environ une fois par mois afin de présenter les concerts, la politique de programmation des Dominicains ou tout simplement pour parler de musique. La directrice artistique est souvent présente pour apporter son éclairage. Plus d'une quinzaine de personnes assistent très régulièrement aux concerts et un projet autour de la vidéo a été

mis en place depuis juin 2010 avec ATD Quart Monde. Un spectacle sur mesure a été créé aux Sources à Orbey, après plusieurs visites aux Dominicains des personnes adultes handicapés mentales. Le Conseil Général, très impliqué dans l'action sociale, favorise et encourage de telles pratiques pour l'insertion des publics les plus touchés par l'exclusion.

B/ La mise en œuvre du projet des Dominicains de Haute-Alsace

Les Dominicains de Haute-Alsace, association de droit local, fonctionnent grâce à une équipe engagée et professionnelle.

La gestion des Dominicains de Haute-Alsace : le statut associatif

Les Dominicains de Haute-Alsace sont une association, mode de gestion majoritaire dans le secteur culturel¹². Parmi d'autres anciens lieux religieux présentant aujourd'hui des concerts, on constate que le Festival de Saintes est organisé par l'association Abbaye aux Dames, il en est de même pour les Rencontres internationales de Musique Médiévale du Thoronet, coordonnées par une association ; la Fondation Royaumont¹³ reste une exception dans ce paysage. L'association a une structuration assez souple, les responsabilités sont clairement identifiées, elle a l'autonomie et la capacité d'expérimentation du secteur privé.

Plus précisément, la forme juridique des Dominicains de Haute-Alsace est l'association inscrite. Les associations ayant leur siège dans un des départements du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et de la Moselle, quel que soit leur statut, sont soumises depuis le 1er août 2003 aux articles 21 à 79-III du code civil local. Ces départements ne faisaient pas partie de l'Etat français lors de la loi du 1er juillet 1901, mais suivent la loi de 1908 du code civil local, issue la loi allemande : il n'y a pas de choix possible entre les deux législations.

Plusieurs spécificités distinguent les associations de droit local des associations loi 1901. Ainsi, les textes de droit local ne contiennent aucune définition juridique de ce qu'est une association. Une définition est proposée par les interprètes du droit local, parlant d'un groupement volontaire et organisé de personnes, institué de façon durable, en vue de poursuivre un but précis par une action commune. Une association de droit local peut poursuivre un but intéressé ou lucratif, à condition qu'il ne soit contraire ni aux lois pénales ni aux bonnes mœurs, et le partage du patrimoine entre les membres au

12 BARON, Eric. « Variété des modes de gestion des services culturels locaux » in SAEZ, Guy (direction). *Institutions et vie culturelles*. 2ème édition revue et augmentée. La Documentation française, 2005. (p. 58)

13 La Fondation Royaumont est un lieu de travail et d'expérimentation pour les artistes musiciens et danseurs contemporains essentiellement, situé dans une ancienne abbaye.

moment de la dissolution est expressément envisagé par l'article 45 du code local. Mais dans ce cas-là, l'association ne peut plus être considérée comme ayant une gestion désintéressée.

La volonté de sept personnes est nécessaire pour créer une association. Les associations inscrites jouissent d'une pleine capacité juridique, plus étendue que celle des associations reconnues d'utilité publique sous le régime juridique de la loi de 1901. Les associations peuvent acquérir sans limitation ni autorisation préalable à titre onéreux, recevoir à titre gratuit des dons et legs, posséder et administrer des immeubles et des biens immobiliers, agir en justice tant en demande qu'en défense.

L'objet de l'association des Dominicains de Haute-Alsace est défini comme suit (article 4 des Statuts) : « L'association a pour but d'assurer la gestion, l'animation et la promotion, sans but lucratif, de l'ancien ensemble conventuel des Dominicains de Guebwiller, destiné à être un centre culturel principalement consacré à la musique et à l'art mural, sous la dénomination « Les Dominicains de Haute-Alsace » à Guebwiller.

[...] En tant que besoin, l'Association assurera pour le compte du Département, dans les conditions prévues par voie de convention spécifique, la coordination des projets de restauration, de rénovation, d'aménagement et de suivi des travaux et des chantiers aux Dominicains. »

L'association est composée de diverses catégories de membres. Les représentants du Conseil Général du Haut-Rhin, du Conseil Municipal de Guebwiller, du Conseil Départemental pour la Musique et la Culture sont membres de droit, avec voix délibérative. L'association peut accepter l'adhésion de membres individuels, avec voix délibérative. Enfin, les membres associés, intervenant à titre consultatif, sont des « personnes privées ou morales susceptibles de contribuer au développement ou au rayonnement du centre ».

L'équipe au service du projet

En juin 2011, l'association employait onze personnes en contrat à durée indéterminée, et sept personnes en contrat à durée déterminée¹⁴. Six des sept personnes en contrat à durée déterminée sont embauchées en contrat d'accompagnement dans l'emploi, contrat en direction des personnes sans emploi qui rencontrent des difficultés sociales ou professionnelles d'accès à l'emploi. Ce système permet à l'association de faire des économies substantielles, de l'ordre de 85 000 € pour 2010, tout en permettant à de jeunes adultes d'acquérir une expérience professionnelle. Cette politique de recrutement de personnes en contrats aidés s'est fortement accrue ces dernières années, car en 2007

14 Voir annexe III présentant l'organigramme de la structure.

les aides à l'emploi perçue par les Dominicains de Haute-Alsace n'atteignaient que 40 000€. L'association recourt aussi à des prestataires dans le cadre de missions précises telle que la réalisation d'un nouveau site Internet, des visites guidées, etc. Les employés relèvent de la Convention Collective des Entreprises Artistiques et Culturelles.

La Convention pour le Développement Culturel des Dominicains de Haute-Alsace, scène conventionnée pour la musique 2009/2012 indique que la responsabilité du projet artistique et culturel est portée par son directeur, secondé par la directrice artistique déléguée et le secrétaire général¹⁵. L'organigramme met quant à lui tous les pôles à égalité sous le directeur : administration, artistique, développement/tourisme, communication, technique et réceptif. A l'exception du dernier, chaque pôle comprend un ou plusieurs cadres.

La chef comptable gère l'ensemble de la comptabilité ainsi que les feuilles de paie, est chargée du suivi bancaire et des dossiers administratifs menés par le directeur, suit le budget et gère le personnel. Le conseiller technique et artistique s'occupe de la gestion administrative et financière des productions, accueille les artistes et les formations musicales, travaille autour de la programmation artistique et encadre le bar. La directrice artistique déléguée est en charge de la programmation et de l'administration artistiques, ainsi que de la conception puis du suivi des projets en direction des jeunes. La directrice de la communication, outre la direction de son service et la gestion de son budget s'occupe de développer l'image et la notoriété de la scène conventionnée, met en place des opérations de relations publiques ainsi que les relations presse. La responsable de la billetterie vend les billets pendant les permanences en journée ainsi que les soirs de concert, transmet les caisses de billetterie à la comptable, travaille à l'amélioration des relations avec les divers publics, gère et met à jour la base de données clientèle et effectue divers travaux administratifs et de réalisation graphique. La chargée du secteur des relations avec les publics travaille en relation avec des associations, les commerçants, afin de développer le public, développe des projets en faveur des publics empêchés, est chargée de l'embauche de vacataires de façon occasionnelle. Le directeur technique est responsable de la sécurité, des services techniques, de la technique lors des activités artistiques et commerciales, assure la gestion des équipements et des bâtiments. Le régisseur général est chargé de la maintenance, de la régie générale sur les manifestations ainsi que de la régie lumière. Le service réceptif est chargé de la gestion du bar, du réceptif privé, de la mise en place des catering des artistes. Quant au secrétaire général, le détail de ses missions sera donné plus loin.

L'équipe est très jeune, et à l'exception de la directrice artistique déléguée et du secrétaire général, entièrement renouvelée depuis l'arrivée du directeur en 2006.

15 Signée en juin 2009. (p. 4)

C/ Les moyens financiers de mise en œuvre du projet

Le budget total des Dominicains de Haute-Alsace s'élève à environ 1,6 millions par an¹⁶. Le budget est géré de façon très précise, et chaque année se conclut par un très léger résultat positif (moins de 1000 € chaque fois).

Une prépondérance des financements publics

Le financement public est spécifié dans la convention de partenariat signée entre le Conseil Général, la DRAC, le Conseil Régional et la Ville de Guebwiller pour 2009-2012. Sur un budget d'un peu plus d'1,5 millions, le financement public représente 1,2 millions, selon la répartition présentée dans le tableau ci-dessous¹⁷. La comparaison avec d'autres lieux n'est pas aisée, l'accès aux budgets des lieux culturels étant très difficile.

| COLLECTIVITES | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DEPARTEMENT | 1 017 000 € | 1 012 000 € | 1 033 000 € | 1 033 000 € |
| ETAT | 74 000 € | 74 000 € | 74 000 € | 74 000 € |
| REGION * | 81 712 € | 83 346 € | 85 013 € | 86 714 € |
| VILLE DE GUEBWILLER | 100 000 € | 100 000 € | 100 000 € | 100 000 € |
| TOTAL | 1 272 712 € | 1 269 346 € | 1 292 013 € | 1 293 714 € |

* + 30 000 €, au titre du contrat de ville moyenne Guebwiller/Soultz en 2009 et en 2010
La communauté de Communes de Guebwiller, qui n'a pas souhaité intégrer le partenariat, a alloué 10 000 € en 2009 aux Dominicains.

A ces « subventions d'équilibre » sont ajoutées chaque année quelques subventions sur des projets spécifiques : réparation des instruments, réalisation d'un audit, résidence de compositeur. Les Dominicains n'ont bénéficié de subventions européennes qu'en 2007, à hauteur de 11 000 €, au titre du Fonds Social Européen.

Deux collectivités territoriales sont investies également en apports en industrie. Le Conseil Général met à disposition le bâtiment conventuel, ce qui est estimé à plus de 300 000€ par an. Quant à la ville de Guebwiller, elle a payé en 2010 pour 48 000 € de fluides des Dominicains, apporté son aide technique à hauteur de 22 000 € et a réalisé pour 1000 € d'interventions dans les espaces verts.

Les ressources propres s'élèvent en 2010 à 262 000 € en 2010, ce qui correspond à un peu plus de 15% des ressources, mais cette proportion s'érode année après année. La billetterie est la première des ressources propres, apportant entre 100 000 et 150 000 € selon les années, à l'exception de 2008 où la chute de la billetterie (81 000 €) est parallèle

16 Voir annexe IV présentant le budget prévisionnel des Dominicains de Haute-Alsace pour 2011.

17 Source : Conseil Général du Haut-Rhin, commission permanente du 26 février 2010. Communication. Comité de suivi Soutien aux institutions et lieux de diffusion.

à l'augmentation du mécénat (qui atteint 106 000 €). En 2010, le mécénat représente 4,5% de l'ensemble du budget. La location d'espaces sert aux Dominicains à générer des sources de financements complémentaires nécessaires au projet artistique, amener un nouveau public et ouvrir la voie au mécénat d'entreprise. « Ces actions ponctuelles seront ciblées et concertées : elles devront, dans la mesure du possible, trouver un lien avec le projet artistique (musique, histoire, architecture, peinture). La location d'un espace aux Dominicains deviendra aussi un acte culturel. »¹⁸ Cependant, le locatif n'apporte en moyenne qu'une vingtaine de milliers d'euros, à l'exception de l'année 2007 (96 000 €).

En 2010, la capacité d'autofinancement, aptitude de l'entreprise à générer ses propres ressources est de 18 000 €¹⁹ en 2010. Cette faiblesse de l'autofinancement est caractéristique des entreprises culturelles, et induit une dépendance très forte : puisque les Dominicains ne peuvent pas par leurs propres ressources, financer leurs investissements, ils doivent faire appel à l'extérieur pour obtenir les moyens financiers de leur développement.

Structuration des charges

La masse salariale apparaît comme la charge la plus importante, puisqu'elle monopolise environ 45% du budget total. Si le total des frais de fonctionnement ne cesse d'augmenter chaque année, le budget de communication générale connaît des fluctuations plus importantes qu'aucun autre poste : 58 000 € en 2007, 27 000 € en 2008, 47 000 € en 2009 et 33 000 € en 2010. Les dotations aux amortissements ne cessent de croître en raison des nombreux investissements réalisés, surtout en 2010 avec l'équipement du Centre AudioVisuel : si ces dotations n'étaient que de 11 000 € en 2007, elles sont en 2010 passées à 76 000 € et le budget prévisionnel de 2011 les augmente à 84 000 €.

La part du budget consacrée à l'activité artistique et culturelle est comprise chaque année entre 30 et 35% du budget total. La diffusion musicale est largement prépondérante dans ce budget, puis suivent la pratique musicale et la valorisation du patrimoine. L'accueil de spectacles dans le cadre de la saison voit son coût augmenter régulièrement depuis 2007, mais 2011 devrait être l'année de la première baisse (de 536 000 € à 431 000 €).

18 « Projet artistique et culturel 2006-2008 », Novembre 2005. (p. 3)

19 CABINET MONOT. Bilan au 31.12.2010. (p. 4)

III/ Le mécénat aux Dominicains de Haute-Alsace

Depuis 2003, le Cercle Dominicains Entreprises réunit les entreprises mécènes et partenaires des Dominicains de Haute-Alsace. Il ne cesse de s'étoffer pour atteindre aujourd'hui le nombre de 22 entreprises.

A/ Le secrétariat général

Le stage s'est déroulé auprès du secrétaire général des Dominicains de Haute-Alsace. Selon la Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles, dont dépendent les Dominicains de Haute-Alsace, le secrétaire général coordonne les activités de différents services au niveau immédiatement sub-directorial ; il peut éventuellement assumer des fonctions de direction dans la filière Communication – Relation publique – Action culturelle²⁰. Cela ne correspond pas à ce que j'ai pu observer lors de mon stage aux Dominicains de Haute-Alsace. Anciennement chargé de développement, le secrétaire général a gardé les missions de développement du mécénat ainsi que de promotion de la location des espaces (devis, réceptions, organisation). Depuis son arrivée, il a fait naître le Cercle Dominicains Entreprises, qui se compose aujourd'hui de vingt-deux entreprises. Ses compétences dans ce domaine sont reconnues par le fait qu'il réalise des formations pour un organisme du domaine culturel. En tant que secrétaire général, il représente la direction à tout événement officiel, suit le calendrier hebdomadaire, est chargé de l'organisation des Assemblées Générales et des Conseils d'Administration. A cela s'ajoute sa participation au comité artistique et donc à la programmation, ainsi qu'aux réunions de direction, en temps que cadre. Il gère également le protocole. Par contre, dans sa fiche de poste, est mentionné le développement de la mise en tourisme, il faut reconnaître que cette tâche est aujourd'hui partagée entre divers services, tant en ce qui concerne le suivi des relations avec l'Office de tourisme et la Communauté de Communes, la définition des outils de communication patrimoniaux, que la prospection des clientèles pour la visite du site.

Le Cercle Dominicains Entreprises

Le développement du Cercle Dominicains Entreprises reste donc la mission principale du secrétariat général, et celle sur laquelle il a proposé de me former.

L'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière définit

²⁰ Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles, p. 65.

le mécénat comme « le soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ». Il se traduit par le versement d'un don en numéraire, en nature ou en compétence à un organisme et ouvre droit pour les donateurs (entreprises et particuliers) à des avantages fiscaux. Lorsqu'une entreprise assujettie à l'impôt en France fait un don à un organisme d'intérêt général, elle bénéficie d'une réduction de l'impôt sur les sociétés ou de l'impôt sur le revenu, et peut bénéficier de certaines contreparties. La réduction d'impôt est égale à 60% du montant du don, et retenu dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires hors taxe, avec la possibilité de reporter l'excédent au titre des cinq exercices suivants en cas de dépassement de ce plafond²¹. Cet avantage fiscal constitue bien souvent un « coup de pouce » mais non pas le déclencheur de l'acte de mécénat qui tient à l'opération elle-même. Les organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque peuvent bénéficier, même s'ils sont assujettis à la TVA et aux autres impôts commerciaux, du régime général du mécénat, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. C'est le cas des Dominicains de Haute-Alsace, qui émettent d'ailleurs des reçus fiscaux en direction des entreprises mécènes.

« Mais si le mécénat, et notamment le mécénat d'entreprise, tient aujourd'hui en France la place qui est la sienne, il ne faut pas mésestimer le fait, démontré, que les cycles économiques influent très fortement encore l'action mécénale (la crise des années 1991-1995 provoqua ainsi un véritable trou d'air pour le mécénat) et il a fallu le retour à une certaine croissance pérenne (malgré la crise des marchés du début des années 2000) et l'émergence des nouveaux concepts de développement durable et de responsabilité sociale des entreprises, notions plus larges que le mécénat, mais qui l'enveloppent et dont le promeuvent, pour que celui-ci retrouve chez nous la place qui devrait être la sienne, du moins un certain regain, porté par des acteurs en partie renouvelés. »²². Les Dominicains avaient connu quelques difficultés lors de la crise économique, certains mécènes se désengageant ou baissant leur participation, mais dans une mesure bien inférieure aux chiffres qui ont pu être enregistrés au niveau national²³.

21 En vertu de la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations.

22 DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. (p. 22)

23 Voir annexe V sur l'évolution du mécénat de 2005 à 2010.

B/ Travailler sur le mécénat aux Dominicains de Haute-Alsace

Si la première de mes missions était d'assurer le développement du Cercle Dominicains Entreprises, j'ai été conduite à m'investir dans d'autres tâches.

Développement du Cercle Dominicains Entreprises

La première mission fut de préparer le renouvellement des conventions de mécénat signées par années civiles ; quasiment toutes ont été reconduites entre février et juillet 2011. J'ai réalisé à cette occasion des notes à destination de prospects²⁴ et développé les conventions de mécénat. De nombreux atouts facilitent le développement du Cercle Dominicains Entreprises : en un même lieu sont réunis la musique, le patrimoine, les nouvelles technologies et la solidarité. Or « la majorité des mécènes préfère la musique classique, l'opéra, le patrimoine, ce qui est tangible, durable et souvent moins sujet à contestation »²⁵, ce que confirme François Debiesse en indiquant que la musique est le premier choix des entreprises mécènes de la culture(33%)²⁶. En outre, l'audiovisuel et le multimédia ne sont pas en reste puisque ces domaines connaissent une « progression spectaculaire »²⁷ dans le mécénat.

« Exténuante, aléatoire, la recherche de mécénat demande de la patience, de la curiosité, et surtout un vrai désir de coopérer avec l'entreprise. »²⁸. Je me suis rapidement fondue dans le projet de la scène conventionnée pour la musique afin de pouvoir parler de l'originalité et de l'utilité sociale du contenu et non pas seulement de tenir un discours uniquement commercial. J'ai contribué à l'augmentation significative de la somme allouée par le Crédit Mutuel, en leur proposant un mécénat fléché sur le *Défi musique*²⁹, projet d'accompagnement de jeunes musiciens de la région dont la chargée des relations avec le public m'avait expliqué les différentes facettes. Pour le cabinet d'expertise Sogex, la première idée fut de leur proposer du mécénat de compétences³⁰, mais cette pratique aurait été à la limite de la légalité étant donné qu'un commissaire aux comptes exerce une

24 Pour les Hôtels Roi Soleil dans le cadre d'un partenariat avec l'Institut de Sociothérapie des Sources à Orbey, ou bien en direction du groupe Andréani en leur proposant la mise à disposition d'un véhicule au titre du mécénat en nature.

25 SEGHERS, Virginie. *Ce qui motive les entreprises mécènes. Philanthropie, investissement, responsabilité sociale ?* Editions Autrement, Collection « Acteurs de la société », avril 2007. (p. 59)

26 DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. (p. 51)

27 DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. (p. 54)

28 SEGHERS, Virginie. *Ce qui motive les entreprises mécènes. Philanthropie, investissement, responsabilité sociale ?* Editions Autrement, Collection « Acteurs de la société », avril 2007. (p. 61)

29 La proposition était celle d'un mécénat exclusif en soutien d'un projet innovant, en direction des jeunes et solidaires.

30 Le cabinet d'expertise comptable intervient en prestation de service pour les Dominicains (environ 6000 € par an) et donne au titre du mécénat de 3000 à 5000 € par an. Il s'agissait de faire passer la prestation de service au titre du mécénat pour éviter deux transferts d'argent et satisfaire davantage les deux parties.

mission de contrôle sur la structure. Un travail de réflexion avec le directeur du Centre AudioVisuel à partir des demandes de l'entreprise a conduit à leur proposer la réalisation d'un lip dub³¹, idée qu'ils ont accepté en augmentant le montant de leur participation au Cercle. La Clinique Solisana est devenue mécène des Dominicains, le directeur ayant été sensible à la formalisation de liens qui existaient déjà en partie entre l'équipe médicale et ce lieu patrimonial. Ce partenariat s'inscrit dans le projet de l'établissement de santé qui désire insister sur les bienfaits des arts pour ses patients ; pour les Dominicains, c'est l'occasion de toucher un public par définition « empêché ». Toutefois, si nous avons pu obtenir un rendez-vous avec le directeur régional du Crédit coopératif, cette banque n'a pas rejoint le Cercle de mécènes, le projet n'entrant pas exactement dans les critères de leur fondation. Enfin, de bons contacts ont été pris avec le LCL de Guebwiller, qu'il conviendra de concrétiser en septembre. Le développement à l'international n'a pas été un succès. Malgré des recherches, il semble très difficile de passer la frontière. Le Cercle Dominicains Entreprises compte à la date du 1er août 2011 vingt-deux entreprises en son sein³².

Dans le cadre de ce stage aux Dominicains de Haute-Alsace, j'ai été amenée à participer aux Assises internationales du mécénat d'entreprise qui se sont tenues à Marseille les 9 et 10 mai 2011. Cela m'a permis d'apprendre beaucoup de choses et de nouer des contacts, précieux ensuite pour la rédaction de ce mémoire. Les Assises ont été l'occasion pour l'Admical de présenter leur nouvelle Charte du mécénat d'entreprise qui se veut un complément à la seule définition fiscale, désire redessiner une frontière nette entre le mécénat et le sponsoring, et proposer un véritable code de bonne conduite. Dans les mois qui ont suivi, nous en avons assuré la promotion auprès des entreprises membres du Cercle.

Dans le prolongement du développement du Cercle, le directeur des Dominicains de Haute-Alsace m'a demandé de procéder à la recherche de financement pour les projets dédiés aux arts numériques de la saison 2011/2012. J'ai ainsi proposé le dépôt d'un dossier auprès de la Fédération d'Entente Franco-allemande et de la Robert Bosch Stiftung fin 2011, dans le cadre du projet de coopération Trijaz entre le Jazzhaus de Freiburg et les Dominicains. J'ai également monté un dossier auprès du Dicréam pour le Club numérique du 13 avril 2012. Celui-ci a été refusé, mais le projet ayant retenu leur attention, nous avons été reçus par le chef de la mission qui nous a donné de nombreux éléments pour parfaire la prochaine demande.

Le Site Internet étant en refonte lors de mon arrivée, le premier travail en matière

31 Vidéo de promotion d'un milieu professionnel, souvent en playback sur une musique connue, et destinée à une diffusion sur Internet.

32 Voir annexe VI présentant les mécènes des Dominicains de Haute-Alsace.

de communication autour du Cercle Dominicains Entreprises a été l'élaboration des pages Internet lui étant consacrées. Le Cercle a également été mentionné sur d'autres sites Internet, tel que Mecenova.org ou l'Intranet de l'Admical. Très vite, l'idée d'une newsletter en direction des mécènes a été retenue, la première est parue courant mars. Elle permet de maintenir un lien avec les mécènes, de les informer des évolutions aux Dominicains, de leur fournir une courte revue de presse mais aussi de les mettre en valeur. Un communiqué de presse a aussi été envoyé à l'Admical avec la mention des nouveaux mécènes accueillis dans le Cercle Dominicains Entreprises.

Le travail de communication le plus important a été la parution de la plaquette 2011/2012 de présentation du mécénat aux Dominicains. Tout en gardant le même format, quelques modifications ont été apportées concernant l'organisation générale du document, en suivant le modèle de ce que j'avais pu observer au Théâtre de la Ville de Berne. Après la couverture, la première double page est consacrée au mécénat et à la présentation des Dominicains de Haute-Alsace. Puis sont présentées les réalisations du Cercle Dominicains Entreprises, la liste des mécènes ainsi que deux témoignages de chefs d'entreprise. Enfin, la troisième double page donne les raisons de soutien, présentant les spécificités des Dominicains et listant les contreparties selon leur nature (communication interne/management, relations publiques / communication et ancrage territorial). La première version de ce document a été réalisée dans des tons ocres, et la couverture présentait la photo d'un concert symphonique. Mais le directeur a demandé à ce que nous rééditions cette brochure qui ne correspondait pas au projet artistique qu'il souhaitait défendre pour les Dominicains de Haute-Alsace. Présenter un concert très classique n'était donc pas révélateur de ce que défendait le directeur et ne convenait donc pas. C'est à ce moment que j'ai compris l'importance de l'image d'une structure.

Organisation de séminaires et de la soirée du Cercle Dominicains Entreprises

L'organisation de la soirée du 17 mai 2011, consacrée aux mécènes des Dominicains de Haute-Alsace et en partenariat avec AZ Réceptions, était une des missions centrales de ce stage. Le traiteur offrait le cocktail et invitait ses propres clients, ce qui faisait autant de prospects pour la location d'espaces ou le mécénat. Cette soirée *Oriental Jazz'smin* a été très appréciée, et a permis aux chefs d'entreprise de profiter d'un cocktail dans le caveau, puis d'un concert de musique orientale sur viole d'amour dans le cloître, installés dans des transats. Le clou de la soirée fut la présentation de saison en avant-première par un mapping-vidéo sur trois faces du cloître, ce qui a surpris et émerveillé nombre d'invités.

Suite à la suggestion du secrétaire général lors de notre première rencontre, je souhaitais organiser aux Dominicains un ou plusieurs séminaires autour du mécénat,

m'appuyant sur ce que j'avais pu voir au Théâtre de la Ville de Berne³³, enrichi d'idées et de propositions concrètes travaillées lors du premier semestre³⁴. Le secrétaire général a préféré que nous nous appuyions sur des séminaires organisés par d'autres structures plutôt que d'organiser cela en interne : les réseaux touchés seraient plus intéressants, et nous ferions également des économies. C'est en cherchant des partenaires que l'absence de correspondant mécénat dans les deux chambres de commerce et d'industrie les plus proches s'est fait ressentir. Sur Internet, j'ai constaté qu'Idée Alsace³⁵ organisait une formation sur le mécénat en juillet, en partenariat avec Alsace Active³⁶. Nous avons proposé l'accueil de cette formation dans une des salles du couvent. Cette prise de contact nous a permis par la suite de rencontrer la toute nouvelle antenne locale de IMS Entreprendre pour la Cité³⁷ avec qui nous avons prévu une soirée. Ces deux événements ont été annulés au dernier moment faute de participants. Finalement, je pense qu'il eût mieux valu organiser nous-mêmes un événement, en partenariat avec plusieurs structures, du type « petit-déjeuner du mécénat », qui aurait certes coûté un peu d'argent, mais aurait bien eu lieu.

Mécénat de particuliers

Le régime de réduction d'impôt sur le revenu dont peuvent bénéficier les particuliers a été unifié et amélioré par la loi du 1er août 2003 relative au mécénat. La réduction d'impôt est égale à 66% des sommes versées aux œuvres et organismes d'intérêt général, retenues dans la limite annuelle de 20% du revenu imposable. La contrepartie ne doit pas dépasser 25% du montant du don dans la limite de 60€. Dans le secteur culturel, ce mécénat des particuliers existe déjà, notamment pour le patrimoine, sous la forme des sociétés d'« Amis des musées », plus de 300 en France³⁸.

Le mécénat de particuliers était un projet que j'avais évoqué dès mon entretien de début de stage, car j'avais développé ce point dans mon rapport sur le Théâtre de la Ville de Berne et souhaitais le concrétiser. Si l'idée a d'abord été repoussée par le secrétaire général, c'est le directeur qui a demandé par la suite à ce que cela soit impulsé.

33 Le Théâtre de la Ville de Berne organisait des FoyerTalk, deux fois par an, réunions ouvertes à tous les chefs d'entreprise et destinées à aborder un sujet d'actualité avec l'entreprise de communication BearingPoint, en lien avec une prestation artistique de solistes du Théâtre.

34 A l'occasion du travail pour le module de communication de Olivier Teste.

35 Idée Alsace fédère, accompagne et valorise les entreprises engagées dans une démarche de développement durable.

36 Alsace Active est une association ayant pour objectif d'accompagner les créations d'emploi par le biais de constitution d'entreprise, ainsi que de soutenir les acteurs de l'économie sociale et solidaire.

37 « Créé en 1986, IMS- Entreprendre pour la Cité fédère un réseau de 200 entreprises. Sa vocation est de les aider à intégrer, dans leur politique de Responsabilité Sociale, des démarches d'Engagement Sociétal innovantes, répondant à la fois à leurs enjeux de développement et aux attentes de la Société. » (source : <http://www.imsentreprendre.com/>). Cette association, qui dispose notamment d'une équipe « mécénat et partenariats solidaires » ouvre une antenne en Alsace le 16 mai 2011.

38 DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. (p. 50)

Parallèlement au dossier du Cercle Dominicains Entreprises, j'ai donc travaillé sur un document en direction des particuliers, mais celui-ci a tout d'abord été laissé de côté³⁹. Profitant de ce délai, j'ai mené des recherches sur Internet afin de voir ce que proposaient d'autres lieux de spectacle. En outre, Magali Gangi, de la MC2 : Grenoble, m'a affirmé que la carte Mécène Militant (MC2:M) fonctionnait, puisqu'un peu plus d'une vingtaine de personnes l'avaient choisie. Elle a ajouté qu'il s'agissait de personnes « qui connaissent bien la maison ». Véronique Bagros, attachée de presse et en charge du Club Lyrica de Clermont-Ferrand, explique quant à elle que l'ensemble de leur public a reçu un mail présentant cette nouvelle démarche, et qu'il est surtout essentiel d'insister sur le fait que le montant n'est pas important.

La situation s'est débloquée fin juin, et le document a pu être terminé et imprimé. Une étude d'OpinionWay, datant de novembre 2010 et intitulée « Les Français et le mécénat culturel » indique que seuls 21% des Français seraient prêts à faire un don pour un établissement culturel, si on le leur demandait. Ce taux monte à 31% chez les personnes ayant fait un don à une association au cours des 12 derniers mois. Le critère déterminant pour faire un don serait la proximité avec un établissement culturel (37%) ou le besoin (27%) ; mais pas le prestige (7%). La responsable de la billetterie a fourni des conseils très précieux quant aux personnes à contacter, et nous nous sommes concentrées sur des personnes plutôt aisées et qui se rendaient régulièrement et depuis des années aux Dominicains. Quelques rendez-vous ont été pris courant juillet, et ont permis d'obtenir deux mécènes, apportant une somme globale de 1000 €. Les deux personnes, confirmant les résultats du sondage, ont refusé d'être mentionnées sur un programme. Deux autres personnes ont été contactées, dont une a manifesté un intérêt très vif.

D'autres missions autour du développement

Philippe Dolfus, le directeur des Dominicains de Haute-Alsace, m'a demandé de coordonner la mise en ligne de la partie « Centre AudioVisuel » du site Internet. Il s'agissait de préparer le contenu (textes, photographies et vidéos), en collaboration avec Arnaud Masson, directeur du Centre AudioVisuel, dans le respect de la ligne définie, puis de l'envoyer au webmestre et enfin d'en contrôler la mise en ligne et d'effectuer des corrections. Ce travail, outre le renforcement de mes connaissances en matière de gestion de sites Internet, m'a permis acquérir quelques connaissances techniques et de mieux comprendre le rôle et la place du Centre AudioVisuel aux Dominicains de Haute-Alsace. Le directeur m'a par la suite confié la partie « diffusion ». Après avoir élaboré les pages concernées, j'ai aussi coordonné la mise à jour du dossier de diffusion, en lien avec la

³⁹ Et ce d'autant plus que je n'arrivais pas à obtenir de rendez-vous avec le notaire désigné par le Ministère de la Culture et de la Communication comme correspondant mécénat.

directrice artistique déléguée, la chargée de diffusion (personne externe), la directrice de la communication et le directeur technique. Ce travail de longue haleine et à multiples rebondissements m'a conduit jusqu'à la préparation de clips présentant les *Cafés Rhénans*, actuellement en attente de montage.

Une de mes dernières missions a été la réalisation d'une note de synthèse sur la valorisation du patrimoine aux Dominicains, travail confié par le directeur. Une étude avait été commanditée en 2008, et proposait diverses pistes. A l'été 2011, et notamment avec la mise en place des *Nuits 3D*, il était intéressant de faire un bilan. J'ai ainsi travaillé avec les différents services pour faire le point sur les recommandations passées et ce qui avait été réalisé. Au niveau de l'idée globale, le directeur m'a donné les éléments principaux, la directrice artistique et le directeur du Centre AudioVisuel ont pu apporter leurs éléments. Il a été tout particulièrement intéressant pour moi de travailler également sur la communication très spécifique mise en place, qui m'en a appris beaucoup sur le sujet et permettait de voir l'investissement des Dominicains dans le tourisme, secteur jusque-là peu approché. Une telle synthèse montre la façon dont les Dominicains se sont réappropriés les recommandations de l'audit pour les intégrer de façon totalement harmonieuse dans leur projet artistique et culturel.

En dehors de mes missions, le fait de pouvoir assister à de nombreux concerts m'a permis de beaucoup apprendre, et de me confronter à différents genres musicaux. J'ai assisté pour la première fois à un concert de musique médiévale, appris à me positionner sur mes goûts. Le concept des *Cafés Rhénans* sur lequel j'ai plus spécifiquement travaillé pour la diffusion me semble plein d'avenir, mêlant de façon judicieuse musique de chambre et musiques d'aujourd'hui. L'année prochaine, les croisements de musiques différentes dans une même soirée (musique classique et jazz par exemple) vont se renforcer, poussant chacun à la découverte. J'ai vraiment dédramatisé mon approche du monde de la musique, notamment parce que peu connaisseuse en la matière, je culpabilisais d'être dans le ressenti plus que dans l'analyse intellectuelle. Les concerts sur matelas ou dans des transats permettent à chacun d'assumer le fait de vivre la musique, sans pour autant être très savants dans ce domaine. En outre, ce stage a également éveillé en moi un attrait professionnel pour le patrimoine, attrait seulement personnel jusque-là. J'envisage ainsi de travailler dans un lieu patrimonial au moins une fois dans ma carrière, mais aussi d'essayer de retrouver ce lien entre patrimoine et musique, très fort. Le concert de Morcheeba dans la Nef des Dominicains a surpris plus d'une personne du public, et les artistes, enchantés par l'atmosphère dégagée par ce lieu, ont parlé de revenir bientôt.

C/ Évaluation et perspectives de développement du mécénat

Si ce stage a été pour moi l'occasion d'une réflexion sur le mécénat croisé, il en ressort également quelques éléments qui pourraient conduire à développer davantage le mécénat.

L'occasion d'une interrogation sur le mécénat croisé

Ce stage m'a permis de m'interroger sur le glissement du mécénat de plus en plus vers le mécénat croisé culture/social, sur le modèle de ce qui se passe aux Dominicains de Haute-Alsace. De plus en plus de mécènes sont intéressés et choisissent de soutenir spécifiquement des politiques en faveur des publics exclus par exemple. Si cette idée est destinée sur le court terme à attirer et à justifier le mécénat culturel, elle pourrait à plus long terme se retourner contre ceux qui l'ont mis en place. Car la culture et les arts perdent alors leur spécificité, et un autre mécénat croisé pourrait être soutenu par l'entreprise. « Selon une enquête réalisée par l'institut CSA pour l'Admical (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial), le mécénat de la culture est passé de 975 millions d'euros à 380 millions d'euros de 2008 à 2010, accusant une perte de 595 millions d'euros, soit 63% »⁴⁰.

Cependant, cette expérience m'a permis de relativiser ces chiffres alarmant de deux façons, outre le fait que les Dominicains, en pleine expansion du mécénat, étaient un contre-exemple parfait. D'une part, il s'agit de plus en plus de « mécénat croisé », c'est-à-dire qui touche deux domaines, or le mécène n'en déclare qu'un ; « La culture est de plus en plus couplée à des actions éducatives, socioculturelles, voire sportives. »⁴¹. C'est un phénomène au niveau national et qui date de plusieurs années, comme les programmes Culture à l'Hôpital ou Culture en prison en sont les illustrations. « Et il est vrai que la culture a toujours été un vecteur important de lien social et de solidarité, en même temps qu'un facteur d'insertion : le mécénat étant par nature un outil de communication entre des mondes qui s'ignorent, il était normal que les mécènes s'intéressent aux liens qui peuvent exister, ou s'établir entre leurs différents domaines d'intervention. »⁴². L'hypothèse peut être émise que pour un projet touchant à la fois à la culture et au social, la crise économique poussera à mettre l'accent sur ce dernier domaine. D'autre part, ce mouvement est à replacer de façon plus globale dans un mouvement général de la société, les collectivités territoriales s'inscrivant elles aussi dans un questionnement de l'utilité sociale de la culture. Le mécénat se recentre sur sa dimension d'investissement

40 ROUX, Marie-Claude. « Le mécénat d'entreprise déserte la culture ». *Le Monde*, 25 mars 2011.

41 Béatrice Mennanteau, déléguée générale de l'ADMICAL. ADMICAL & CSA. *Le mécénat d'entreprise en France 2010. Résultats de l'enquête ADMICAL - CSA*. Octobre 2010. (p. 4)

42 DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. (p. 71-72)

social, tout comme le Conseil Général encourage les actions des Dominicains avec les publics dits fragilisés.

Préconisations concernant le service

La façon de travailler du secrétaire général, et plus généralement au sein des Dominicains de Haute-Alsace, a été assez déroutante pour moi au départ. Beaucoup de choses sont réalisées dans l'urgence, changent à de nombreuses reprises. Bien que réactive, j'ai eu quelques difficultés à ne pas pouvoir prévoir et planifier mon travail, m'organiser en amont. Cela tenait également au fait que j'avais beaucoup d'autonomie, me sentant parfois un peu « seule » à gérer mon organisation.

Je pense aussi que cette impréparation apparente correspond au fait que le secrétaire général a l'habitude de travailler seul. Dès le début du stage, j'ai construit des tableaux récapitulatifs des relations avec les entreprises : contacts, mécénat, état des contreparties, etc. Par ailleurs, il m'est apparu clairement une nécessité de travailler davantage avec les autres services : les réussites en matière de mécénat que j'ai pu obtenir ont toujours été construites avec au moins une personne d'un autre service des Dominicains de Haute-Alsace. Ainsi, le développement du mécénat de particuliers n'aurait pu être possible sans l'aide de la responsable de la billetterie. Par ailleurs, les gains sont réciproques. Ainsi, le mécénat apporte aussi au service des relations avec le public en cela qu'« aucune entreprise ne saurait aujourd'hui s'engager dans une opération de mécénat sans y associer ses salariés et son environnement social, ce qui, on le constate de plus en plus fréquemment, permet de bien lever des réticences, notamment en faveur de la création artistique sous toutes ses formes. »⁴³. Mais pour travailler avec d'autres membres de l'équipe, il s'agit de préparer les rendez-vous très en amont.

Davantage de relations avec les entreprises pourraient être mises en place afin de profiter du réseau et de l'expérience de chaque entreprise. A la fin de la saison, il serait intéressant de réunir les mécènes et de leur proposer de donner leurs impressions, leurs envies, leurs regrets. Cette réunion pourrait également être l'occasion de proposer aux entreprises de faire venir l'art dans l'entreprise en leur présentant des projets précédant. Pour la prochaine plaquette du Cercle Dominicains Entreprises, une demande pourrait être faite de façon informelle afin de savoir ce que des professionnels changeraient, quelles critiques ont-ils à apporter.

La question de l'évaluation

Proposer une évaluation régulière permettrait de travailler davantage en commun et de fidéliser les entreprises partenaires. Céline Marie-Audras, responsable du mécénat

43 FOHR, Robert. « Essor et enjeux du mécénat culturel ». *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. (p. 336-337). Robert Fohr est chef de la mission mécénat du Ministère de la Culture et de la Communication.

IBM, indique que « la pratique de l'évaluation n'est pas liée à une remise en cause ou due à une pression hiérarchique. Elle permet de crédibiliser toujours plus et de valider la pertinence du mécénat en interne et auprès de la direction, afin qu'elle soit vraiment intégrée dans la stratégie de l'entreprise. »⁴⁴. L'évaluation ne sert pas à justifier l'action mais à l'améliorer en gardant les points forts pour la promotion de l'implication des salariés par exemple. Elle est aussi ce qui va induire la durabilité du projet.

Mais l'évaluation des retombées pour l'entreprise ne représente qu'un volet de l'évaluation des actions de mécénat, le second étant l'évaluation de la réussite du projet d'intérêt général soutenu d'autre part⁴⁵. Pour pouvoir mesurer le résultat, il faut impérativement que les critères, des indicateurs et des objectifs soient déterminés en amont, ce qui est d'ores et déjà réalisé à travers le projet artistique et culturel. Il s'agirait donc chaque année de présenter un bilan qualitatif des avancées mais aussi des projets reportés à une échéance plus tardive. A cela pourraient s'ajouter une revue de presse ou une étude de public. C'est notamment ce qui est fait lors de l'Assemblée générale, mais les mécènes n'y sont pas conviés. A moins de changer cet état de fait, une réunion programmée avant la Soirée du Cercle serait une occasion de toucher un maximum de mécènes et de les aider à développer un sentiment d'appartenance, tout en les attirant sur le fait que l'impact se mesure réellement sur une longue durée.

Les Dominicains de Haute-Alsace sont un lieu foisonnant, plein de vie, artistiquement exigeant et ouvert à tous. Travailler dans un tel lieu a été une chance de pouvoir apprendre beaucoup, et de me spécialiser sur le mécénat.

Le mécénat pose la question du renouvellement du rapport entre le public, les artistes, les élus et les entreprises. Il apparaît comme une promesse pour l'évolution qui se profile du financement de la culture. Reste à savoir comment le développer, et grâce à qui.

44 ADMICAL. *L'évaluation du mécénat en question*. Conférence du 16 mai 2006. (p. 11)

45 NIELSEN, Karen. *Le Mécénat mode d'emploi*. Editions Economica, collection Patrimoine, avril 2007. (p. 87)

Troisième partie - Les facilitateurs de mécénat culturel : rôles respectifs des chambres de commerce et d'industrie et des collectivités territoriales

En cherchant à développer le Cercle Dominicains Entreprises, la question des relais s'est posée. Une enquête de 2010 auprès de chefs d'entreprise ayant opté pour le mécénat montre ainsi que ce n'est « jamais de manière spontanée et volontaire mais toujours parce qu'ils ont été sollicités et convaincus de le faire »¹. Certaines structures ont le temps et les moyens pour mener à bien ce travail, mais d'autres ont besoin d'un accompagnement, d'un relais. Jacques Rigaud soutient que le mécénat n'est pas un pis-aller mais un tiers secteur du financement de la culture après les fonds publics et le marché². Certes, mais comment recourir au mécénat ?

Il est utile de rappeler que la France a une tradition multiséculaire du monopole de l'Etat dans la définition de l'intérêt général. Jeannette Bougrad, secrétaire d'Etat chargée de la jeunesse et de la vie associative, a affirmé lors des Assises internationales Admical du mécénat d'entreprise de 2011 que « les personnes publiques sont les garantes de l'intérêt général » mais que les entreprises le pouvaient également. Il est admis aujourd'hui qu'on arrive à une meilleure gouvernance publique/privée si les acteurs économiques et sociaux participent davantage et en toute transparence et ainsi font « avancer la décision publique dans un sens pragmatique et cohérent avec les réalités et expériences concrètes »³.

C'est en voulant prendre contact avec les CCI⁴ de Colmar et Mulhouse, qui en disposent pas d'une personne-relais en matière de mécénat, que cette problématique s'est imposée au cadre de ce travail. Un questionnement autour de l'application des deux chartes signées entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des

1 MOTTURA, Pascale. *Regards sur le mécénat culturel de proximité en Limousin. Examen de sept partenariats associations-PME*. Avril 2010. (p. 11)

2 ENS-HEC (débat). *Quelle politique culturelle pour la France ?*, Actes, 2006. (p. 45)

3 FANDRE, Capucine & PAOLI-DALLE, Ludivine. « Regards sur le dialogue public/privé ». *Pouvoirs locaux. Les cahiers de la décentralisation*. N°88, 1/2011. (p. 48)

4 Chambres de Commerce et d'Industrie

Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie a émergé⁵. Ce travail est donc parti de l'idée d'une évaluation qualitative de ces chartes, en prenant appui sur différentes régions (I).

Constatant une application inégale sur le territoire, comme l'exemple de l'Alsace le prouvait déjà, il fallait s'interroger sur la possibilité d'un autre acteur qui faciliterait le développement du mécénat culturel. Les collectivités territoriales ne sont-elles pas à la croisée des mondes culturel et économique ? (II)

I/ Les chambres de commerce et d'industrie : une implication très inégale selon les territoires

Concernant le mécénat, un *a priori* fréquent consiste à stigmatiser le retard de la France en la matière. Néanmoins, si on la compare à ses voisins européens, les montants des dons des entreprises au secteur culturel placent la France en seconde position, après l'Allemagne et avant la Grande-Bretagne. Aujourd'hui, la part du mécénat dans la dépense culturelle publique est de 8%⁶.

Si une convention a été signée par l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, c'est que les entreprises ont à gagner au mécénat culturel, à condition que celui-ci ne soit pas une simple transaction mais un véritable acte de partenariat. « Si le mécénat est un vrai partenariat, et pas seulement un flux financier, il met l'entreprise en présence de problématiques, de situations, d'opérateurs que l'entreprise découvre dans ces occasions et qui élargissent son horizon et lui font découvrir des situations, des méthodes, des problèmes qu'elle ignorait. »⁷.

A/ S'investir dans le mécénat : un premier pas à franchir

Le soutien des entreprises au secteur culturel n'est pas chose évidente, aussi l'implication des CCI ne va-t-elle pas de soi. L'implication du président de la CCI semble importante, ce qui permet de donner une dimension politique au soutien du mécénat. Ainsi à la CCI Pau Béarn, deux interviews du président de la CCI seront disponibles sur le futur site Internet de la Plateforme Mécénat, expliquant pourquoi la CCI s'implique dans le

5 Voir annexe VII – Deuxième charte signée entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. Cette seconde charte présente un bilan de la première.

6 ALLINE, Jean-Pierre. « Trois idées reçues sur le mécénat » in ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. (p. 31)

7 RIGAUD, Jacques. « Le mécénat d'entreprise ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. (p. 70)

champ de l'économie culturelle. Malgré les obstacles, les deux chartes ont permis d'avancer sur le terrain du mécénat.

Des obstacles à la promotion du mécénat par les CCI

« Par définition, le mécénat ne participe pas directement du processus de production, ni comme dépense, ni comme investissement. Il constitue donc ainsi au premier abord un détournement des ressources de l'entreprise qui au lieu d'être investies dans la poursuite de projets profitables pour celle-ci sont affectées à un intérêt général qui n'est pas de leur ressort direct. »⁸. Il y a donc un premier obstacle à franchir. La chargée du tourisme de la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne rappelle que le mécénat n'est pas la priorité d'une Chambre de Commerce, qui s'occupe d'abord et avant tout de création, développement, transmission, stratégie, réformes juridiques et doit s'adapter aux contraintes économiques du moment. Elle ne s'occupe aujourd'hui que du suivi et non plus du développement des actions du mécénat, en raison d'un essoufflement de la dynamique et d'un manque de temps. La personne en charge du mécénat à l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie confirme que ce sujet est considéré comme un peu annexe, même si ceux qui ont mené des actions de mécénat en sont très contents.

Néanmoins, une autre conception est de permettre à l'entreprise d'avoir « accès à un domaine du discours auquel l'entreprise n'a traditionnellement pas recours, à savoir une véritable poétique, qui lui permet de se qualifier par glissement de sens au travers des caractéristiques du projet soutenu. »⁹ André Marcon, aujourd'hui président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, affirme que lorsqu'il y a des difficultés, il est nécessaire de jouer la différenciation, de prendre autre chose en compte que la force de travail, défendre des valeurs comme l'enrichissement culturel, en prenant en compte les valeurs du chef d'entreprise et celles de l'entreprise¹⁰. En outre, l'entreprise a vocation à entretenir de bonnes relations avec son environnement direct¹¹.

Le responsable de l'Aménagement du Territoire de la CCI du Puy-de-Dôme exprime cette position ambiguë, entre intérêt pour le territoire et divergence avec l'objectif premier de l'entreprise. Il explique que le mécénat « fédère des territoires et leur donne de la force d'expression donc d'implantation, c'est un élément fédératif qui transpire en termes

8 NIELSEN, Karen. *Le Mécénat mode d'emploi*. Editions Economica, collection Patrimoine, avril 2007. (p. 26)

9 NIELSEN, Karen. *Le Mécénat mode d'emploi*. Editions Economica, collection Patrimoine, avril 2007. (p. 73)

10 Propos rapportés durant l'entretien avec Michel L'ANTON, CCI du Puy-de-Dôme. Aménagement du territoire.

11 Entretien avec Patrick HEULIN, CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin. Directeur Communication et Relations Publiques, correspondant mécénat.

d'image, de dynamisme »¹². Ainsi, cette région ne dispose pas de TGV¹³, mais peut véhiculer des valeurs autour de dynamiques collectives. Il reconnaît aussi toutefois que le mécénat fait partie des éléments « un peu à côté, on travaille sur les danseuses ».

Le facteur temps est également une difficulté à prendre en compte. Il semble que dans les années qui ont suivi la promulgation de la loi ou la signature de la Première charte, davantage d'actions de mobilisation aient été organisées. La CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin avait organisé en 2005 une réunion avec Jacques Rigaud¹⁴, qui réunissait Électricité de Strasbourg, Kronenbourg et l'Union des Banques Suisses. La correspondante mécénat de la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne a mené diverses actions, dont l'organisation d'une journée en 2004 en collaboration avec la DRAC Limousin et le club des Entrepreneurs de La Borie. Ce club est d'ailleurs né de deux hommes¹⁵, mais a existé grâce à l'implication de la CCI, du MEDEF et de la CGPME. Aujourd'hui, étant donné que la CCI et la DRAC n'ont plus d'actions fortes en matière de mécénat, les clubs existants¹⁶ perdurent mais il ne s'en crée pas de nouveaux. Le constat est fait sur le territoire d'une « absence de relais entre les associations et les entreprises, et défaut d'implication d'acteurs en charge de la promotion et du développement du mécénat en Limousin »¹⁷. Après avoir été très actives dans ce domaine, certaines CCI ont par la suite choisi de se rencontrer sur d'autres domaines au cœur de leur activité.

Deux chartes signées en 2005 et 2010

La première charte conclue entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie avait pour objectif de renforcer les liens sur le terrain, sensibiliser les entreprises et notamment les PME, inspirer des conventions entre les services culturels déconcentrés de l'Etat et les Chambres de Commerce et d'Industrie tant locales que régionales. Un « correspondant mécénat » devait être désigné dans chaque CCI et à la DRAC (article 1), afin de faire connaître la loi de 2003 aux entrepreneurs (article 2). En 2010, on dénombrait 75

12 Entretien avec Michel L'ANTON, CCI du Puy-de-Dôme. Aménagement du territoire.

13 Le TGV est un élément du développement local : il permet d'amener des touristes, de faciliter les échanges de professionnels, de désenclaver une région.

14 Haut fonctionnaire et administrateur, Jacques Rigaud a cofondé l'Admical et s'est engagé en faveur du développement du mécénat d'entreprise.

15 En 1994, une rencontre entre Christophe Coin, violoniste et directeur artistique de l'Ensemble baroque de Limoges, et Eric Fabre, ancien élu communiste, directeur de l'agence de communication institutionnelle Anatome, a permis la naissance du projet de La Borie-en-Limousin.

16 Une association d'Amis du Moulin du Got s'est créée à l'initiative du dernier chef de cette entreprise de pâte à papier et l'a sauvé de la démolition ; ce lieu attire aujourd'hui 15 à 20 000 personnes chaque année. Au Musée Adrien Dubouchet, ce sont des chefs d'entreprise qui sont allés voir la conservatrice et lui ont proposé d'enrichir la collection, ce qu'ils font depuis à raison d'une œuvre d'art par an. Enfin, le Pôle Cirque à Nexon a reçu au départ le soutien d'une personne qui s'occupait de l'aéroport de Limoges, et a aujourd'hui dans son sein un club d'une quinzaine de chefs d'entreprise.

17 MOTTURA, Pascale. *Regards sur le mécénat culturel de proximité en Limousin. Examen de sept partenariats associations-PME*. Avril 2010. (p. 3)

correspondants régionaux ou locaux dans les CCI et les chambres régionales de commerce¹⁸. Les postes à temps complet sont très rares. Ainsi à la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, c'est le directeur communication et relations publiques qui est en charge du mécénat ; à la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne, c'est la chargée du tourisme. Dans les DRAC, la situation est similaire. A la DRAC Languedoc-Roussillon, la correspondante mécénat est également chargée de communication et à la DRAC Limousin c'est la conseillère musique et danse qui a ajouté le mécénat à ses fonctions. La situation de la CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales est donc tout à fait particulière : un correspondant mécénat et une autre personne consacrent chacun environ 10% de leur temps au mécénat, tandis que la conseillère technique mécénat travaille sur ce sujet à temps plein¹⁹.

La seconde charte²⁰, signée pour cinq ans, fait le bilan de la première charte et incite à poursuivre les objectifs fixés préalablement. Elle mentionne de nouveau l'organisation de rencontres et d'évènements de nature à favoriser la promotion du mécénat culturel (article 4). Concernant les correspondants mécénat, elle prévoit des réunions annuelles d'information et d'échanges (article 6), qui ont actuellement lieu, comprenant à chaque fois une demi-journée de formation. Cette convention insiste sur la promotion du mécénat collectif, notamment par la mise en place de « pôles mécénat »²¹ (article 3). Des accords de partenariat entre la DRAC et les réseaux d'école des CCI sont envisagés (article 5). Des réunions dans ces écoles sont régulièrement organisées, et certaines écoles de commerce proposent des formations (Bordeaux, Dijon, Nantes).

L'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie n'a pas de pouvoir hiérarchique pour ordonner aux autres CCI de mettre en œuvre ces chartes. Elle se positionne comme « tête et cœur de réseau » en faisant circuler les bonnes pratiques. André Marcon, président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie depuis février 2011, souhaiterait que chaque CCI soutienne un projet particulier, en priorité dans les domaines de la culture et de l'environnement²².

Une difficulté qui risque néanmoins de se poser dans un avenir proche est la réforme des CCI. Le responsable de l'Aménagement du territoire à la CCI du Puy-de-Dôme

18 FOHR, Robert « Développer le mécénat culturel » in ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. (p. 138-139)

19 Entretien avec Claire BASTIDE, CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales. Conseillère technique mécénat.

20 Voir annexe VII – Deuxième charte signée entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie en 2010.

21 Voir *supra*.

22 Une charte a également été signée dans ce domaine entre le Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de la mer et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie en mai 2010, mais sa diffusion n'est pas très étendue.

explique que le regroupement des Chambres de Commerce n'est pas terminé : les chambres territoriales vont disparaître en 2013 et devenir des sous-ensembles des chambres régionales, dans lesquelles tous les moyens financiers seront alors concentrés. Le Directeur Communication et Relations Publiques de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin confirme : la stratégie et le budget seront après la réforme entre les mains de la CCI régionale. Le risque est alors que les CCI régionales se concentrent sur des projets d'envergure centrés sur la métropole, ce qui serait restrictif pour les projets de taille moyenne ou de petite taille²³. Pour l'instant, les CCI travaillent sur le terrain, en lien avec des partenaires.

B/ Le développement de partenariats

Les partenariats sont différents selon les CCI, et semblent dépendre davantage des relations interpersonnelles que des fonctions. Des conventions locales sont parfois signées pour asseoir ces partenariats.

Les partenariats en place pour le développement du mécénat

La CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin travaille avec les experts-comptables²⁴, mais le Directeur Communication et Relations Publiques considère que la DRAC n'est « pas vraiment efficace ». Il n'y a pas non plus de réel travail de partenariat avec la ville de Strasbourg, qui pourtant développe elle-même une véritable politique de mécénat²⁵. A la CCI de Limoges et de Haute-Vienne, si un travail avec la DRAC est affirmé, le nom de la correspondante mécénat n'est pas mentionné ; en revanche, un contact a été établi avec le correspondant des experts-comptables²⁶. Les relations avec la DRAC sont très diverses d'une DRAC à l'autre : ça ne fonctionne pas en Puy-de-Dôme, alors qu'en Languedoc-Roussillon la correspondante mécénat de la DRAC joue véritablement un rôle d'impulsion au niveau de la région. Le travail avec les notaires²⁷ n'existe pas réellement, à l'exception de la CCI Pau Béarn.

23 Entretien avec Jean-Luc SOULE, MEC'ENE. Président.

24 Comme les chambres de commerce et d'industrie, les experts-comptables sont investis dans le mécénat. Après un premier protocole signé en 2006, le Ministère de la Culture et de la Communication a renouvelé sa convention avec l'Ordre des Experts-comptables pour le développement du mécénat culturel en avril 2010.

25 Voir *supra*.

26 A ce propos il semble intéressant d'évoquer le fait que les expert-comptables n'ont pas le même découpage géographique que les DRAC, ce qui ne facilite pas les contacts et la mise en œuvre d'actions en direction du mécénat. Par exemple, leur territoire englobe le Limousin mais aussi l'Indre et la Dordogne, et le correspondant mécénat est basé à Périgueux.

27 En 2005 et 2010, le Ministère de la Culture et de la Communication a signé des protocoles de partenariat avec le Conseil supérieur du notariat.

Concernant les collectivités territoriales, le chargé de l'aménagement du territoire de la CCI du Puy-de-Dôme souligne le problème de positionnement politique, ce qui induit une implication limitée de la CCI auprès des collectivités territoriales. Il indique néanmoins que ce serait peut-être différent s'il s'agissait d'une capitale régionale, où l'aspect politique serait estompé. Le correspondant mécénat de la CCI de Nantes et Saint-Nazaire parle d'une « unanimité quand il y a des projets importants, quelles que soient les appartenances politiques, pour travailler ensemble »²⁸. Le responsable Communication, Relations presse et mécénat de la CCI Pau Béarn, tout en admettant qu'il y a toujours un risque, confirme en affirmant que « mécénat et culture sont des espaces de rencontre qui vont au-delà des combats politiques et des polémiques locales »²⁹; c'est selon lui un des terrains sur lesquels ils arrivent à réunir différentes couleurs politiques.

Avec les collectivités territoriales, les partenariats se forment notamment autour de la réalisation d'études, comme celle réalisée sur les entreprises mécènes par la CCI Marseille Provence en partenariat avec le Conseil Général des Bouches-du-Rhône. Mais le travail en commun avec les collectivités territoriales est plutôt réduit. Une seule convention mentionne les collectivités territoriales en affirmant que « la CCI 05 et la DRAC PACA associeront, chaque fois que possible, à leurs actions communes les collectivités territoriales concernés et notamment le Conseil Général des Hautes-Alpes »³⁰.

La signature de conventions locales

La première charte signée entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie préconise la signature de chartes locales.

En 2006, une convention a été signée entre l'Etat et le Groupement des Chambres de Commerce et d'Industrie Nantes-Saint-Nazaire. Cette convention mentionne notamment une communication régulière auprès des médias. La DRAC Pays de la Loire a signé une seconde convention avec les trois CCI du Maine-et-Loire en octobre 2007. Une convention pour le développement du mécénat culturel a été signée en novembre 2009 entre l'Etat et la CCI Pau Béarn. Elle engage la CCI en faveur du développement de la culture et de l'accompagnement à l'émergence de l'économie créative³¹.

28 Entretien avec Gérard BERTRAND, CCI de Nantes et Saint-Nazaire. Correspondant mécénat.

29 Entretien avec Nicolas CHARLET, CCI Pau Béarn. Responsable Communication, Relations presse et mécénat.

30 ETAT / CCI DES HAUTES-ALPES. Convention pour le développement du mécénat culturel. 24 septembre 2007. (p. 2)

31 Il est difficile de donner une définition concise de ce qu'est l'économie créative. On retiendra qu'il s'agit de l'émergence d'une classe créative, qui conduit à la revitalisation d'une ville, souvent une métropole, par la mise en relation de différents acteurs économiques, culturels, de l'urbanisme, etc. Le mécénat peut peut-être s'inscrire comme un nouveau déclencheur de l'économie créative, quel que peut différent car apportant une conception plus sociale. Ainsi, la différence entre l'économie créative et une nouvelle forme de relation avec les entreprises via le mécénat serait peut-être de savoir à quelles conditions le mécénat culturel et le développement économique peuvent, dans leur union,

Dans les Pyrénées-Orientales, la convention commune pour le développement du mécénat culturel signée en janvier 2009 est assez spécifique car elle implique l'Etat, la CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales, la Chambre départementale des notaires des Pyrénées-Orientales et la Chambre départementale des experts-comptables des Pyrénées-Orientales. C'est également une des chartes les plus détaillées, qui va jusqu'à mettre en avant quatre objectifs : l'aménagement culturel du territoire, la diversification de l'offre artistique et culturelle, le soutien à l'emploi dans les domaines des arts et de la culture, les retombées économiques directes ou indirectes pour le territoire³².

Toutes les chartes étudiées évoquent la culture comme facteur d'attractivité pour le territoire. Elles désignent, nommément ou non, les correspondants mécénat, et mentionnent l'organisation des manifestations, si possible dans des lieux culturels³³. A l'exception des Hautes-Alpes³⁴, ces conventions ont une durée d'un an renouvelable par tacite reconduction.

C/ De la sensibilisation à la mise en relation

Comme on l'a vu précédemment, une des premières missions des CCI dans le développement du mécénat est de faire connaître cette façon d'aider les structures culturelles, et cela peut se faire de diverses manières. S'il faut informer dans un premier temps, il convient de noter un domaine sur lequel les personnes en charge du mécénat dans les CCI sont d'accord : l'avantage fiscal n'est pas l'élément déclencheur d'une opération de mécénat. Le Directeur Communication et Relations Publiques de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin parle de « cerise sur le gâteau ». Il semble d'ailleurs que cela corresponde assez bien à la réalité : selon un sondage de Ernst & Young datant de 2008, seules 6% des entreprises mécènes citent l'avantage fiscal comme motivation³⁵. Le second temps est celui de la mise en relation des porteurs de projet avec les entreprises, très différente d'une CCI à l'autre.

faciliter la création d'une meilleure façon de vivre ensemble.

32 ETAT / CCI DE PERPIGNAN ET DES PYRENEES-ORIENTALES / CHAMBRE DES NOTAIRES DES PYRENEES-ORIENTALES / CHAMBRE DES EXPERTS-COMPTABLES DES PYRENEES-ORIENTALES. Convention commune pour le développement du mécénat culturel. Département des Pyrénées-Orientales. 28 janvier 2009.

33 Convention des Hautes-Alpes, convention entre l'Etat et le Groupement des Chambres de Commerce et d'Industrie de Nantes-Saint-Nazaire.

34 La convention a été signée pour une durée de trois ans, renouvelable avec accord expresse des parties.

35 Enquête citée dans CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ENVIRONNEMENTAL DES PAYS DE LA LOIRE. *Les complémentarités public/privé au service de la culture et du sport*. Novembre 2010. (p.13). Disponible sur : http://cesr.paysdelaloire.fr/uploads/media/C7_RapportCulture_v13_HD.pdf.

Les outils de sensibilisation des chefs d'entreprise

Les outils en faveur des porteurs de projet et des entreprises ne peuvent être les mêmes étant donné que les comportements ne sont pas les mêmes. En organisant des réunions sur le mécénat, il est possible de réunir un grand nombre de porteurs de projet, et c'est ce qui est fait régulièrement, mais davantage du côté des DRAC que des CCI. Les chefs d'entreprise ne viennent pas à ce genre de réunion, car ils sont très sollicités par ailleurs et craignent d'être ensuite « repérés » par des porteurs de projet et contactés.

Un des premiers outils à destination des chefs d'entreprise est le journal consulaire. L'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie montre l'exemple, en sortant un dossier des *Cahiers de l'ACFCI* consacré au mécénat en 2005 et 2010, années de signature des chartes. En mars 2005, il s'agit de « L'entreprise acteur du mécénat culturel », avec des chiffres sur le mécénat d'entreprise, l'incitation au mécénat des PME, un rappel sur la loi de 2003. Des exemples, comme les Eurockéennes ou la possibilité d'acheter une statue au parc de Versailles illustre le propos. En octobre 2010, le dossier est centré sur le « Mécénat culturel et environnemental », la baisse des financements publics aux associations est mentionnée, et des exemples tel « Mécènes Catalogne » sont apportés. A la CCI de Limoges, la revue *Action* présente régulièrement des articles dans lesquels sont mis en avant des porteurs de projet ; certaines CCI sont même allées plus loin, comme en témoigne la publication d'un hors-série de la revue *L'art à l'Ouest* en décembre 2008³⁶, consacré au mécénat en Bretagne et en Pays de la Loire. Plus récemment, on peut citer le dossier « Mécénat et entreprise. Une affaire de stratégie » du magazine de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin³⁷ qui met en avant la Fondation du Patrimoine, et celui de la CCI Rennes Bretagne, « Les nouveaux visages du mécénat d'entreprise au service du territoire »³⁸. Dans ces revues, les témoignages des chefs d'entreprise sont nombreux.

L'avis des pairs est en effet très important dans le développement du mécénat. Le Pôle Atlantique³⁹ a animé en partenariat avec *Les Echos* des tables rondes sur le mécénat ; des dirigeants d'entreprises témoignaient de leur expérience, de l'intérêt du mécénat mais aussi des bonnes pratiques de préparation et de suivi à respecter⁴⁰. Alors que l'institution a une fonction précise, la CCI du Puy-de-Dôme constate le fait que les chefs d'entreprise s'adressent entre eux à la « fibre de l'entrepreneur ». Par ailleurs, « le

36 Le titre de ce hors-série était : « Mécénat culturel : entrepreneurs, artistes, rencontres improbables : 17 histoires à l'ouest ».

37 *Le Point Eco. Magazine de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin*. N° 288, mars 2011 ; Focus : « Mécénat et entreprise. Une affaire de stratégie »

38 CCIT Rennes Bretagne. *EKO Le Magazine en direct des entreprises*, n°21, juillet-août 2011. Dossier « Les nouveaux visages du mécénat d'entreprise au service du territoire »

39 Voir *supra*

40 CHEVALIER, Thierry. « Le mécénat en DRAC Pays de Loire », *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. (p. 363)

mécénat c'est pas du raisonnable, c'est d'abord de l'affectif et ensuite c'est sécurisé par du raisonnable »⁴¹. Il est donc très important de faire témoigner les chefs d'entreprise, qui seront plus à même de trouver des arguments.

Certaines CCI organisent également la remise de prix, qui permettent à la fois de récompenser les actions mais aussi de faire connaître davantage encore les bonnes pratiques de mécénat. La CCI de Nantes-Saint-Nazaire décerne deux prix chaque année à une PME et une plus grande entreprise. En Midi-Pyrénées, le prix du mécénat culturel d'entreprise a été initié en 2006 par la CCI de Toulouse et la DRAC Midi-Pyrénées et les dirigeants récompensés se voient offrir une oeuvre d'art. Ces deux initiatives permettent de convaincre les autres chefs d'entreprise que le mécénat n'est pas réservé aux grands groupes.

Mise en relation des porteurs de projet et des entreprises

Le Directeur Communication et Relations Publiques de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin est très clair : en vertu de la charte signée entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, l'objectif est de promouvoir le mécénat de manière générale, et non de faire de la mise en relation. Néanmoins, la CCI est engagée par une convention au niveau régional avec la Fondation du Patrimoine⁴². Les retombées économiques induites par le travail d'entreprises locales du bâtiment ainsi que le développement du tourisme sont avancées comme justifications de ce partenariat privilégié, tout comme le fait de garder sur le territoire certains savoir-faire ; la Fondation du Patrimoine calcule tous les ans l'activité économique générée en termes d'emploi. La chargée du tourisme de la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne explique même que les informations sur le mécénat ne sont pas mises en avant sur le site afin d'éviter le trop grand nombre de sollicitations des porteurs de projet. Il faut donc aller dans la rubrique tourisme pour en apprendre davantage sur « Devenir acteur du mécénat touristique et culturel : le mécénat d'entreprise »⁴³. Ces CCI s'affirment donc comme aux côtés des entreprises, mais tentent de se préserver de trop fortes sollicitations des porteurs de projet.

D'autres CCI dont le choix est de mettre en avant des projets auprès des entreprises, accompagnent ainsi le développement du mécénat de façon tout à fait concrète. La CCI Touraine soutient l'association Mécénat Touraine Entreprises qui œuvre pour valoriser l'art et la culture sous toutes ses formes en Touraine. En 2010, le projet concernait des résidences d'artistes en entreprises, en lien avec l'association Mode

41 Entretien avec Michel L'ANTON, CCI du Puy-de-Dôme. Aménagement du territoire.

42 On peut noter que les liens sont très étroits puisque le délégué régional de la Fondation du Patrimoine est également conseiller technique à la CCI et que la bibliothèque de la CCI ainsi qu'une grande tapisserie dans un des salons ont été restaurées avec l'aide de la Fondation du Patrimoine.

43 <http://www.limoges.cci.fr/accueilcci/tourismeetquali/page903.php>

d'Emploi. La CCI Saint-Étienne Montbrison fait partie des partenaires fondateurs de la Cité du Design. La CCI Pau Béarn soutient un projet plutôt original de création d'une sculpture et d'installation de celle-ci dans l'espace public, dont l'objectif est la mise en valeur du patrimoine industriel suite à la dure crise qui a frappé la région il y a une quinzaine d'années. Toutes les formes de mécénat sont sollicitées (numéraire, nature, compétences) et des entreprises de toutes tailles ont été réunies par l'entrepreneur qui a racheté l'usine. En mai 2011, 50 000 € avaient déjà été trouvés⁴⁴. Cette CCI soutient d'autres événements culturels d'importance comme un festival international, le choix de ces événements étant fait en interne en fonction de ce qui paraît représentatif du territoire et en lien avec l'intérêt économique des entreprises. A la CCI Nantes-Saint-Nazaire, les porteurs de projet sont majoritairement renvoyés sur la DRAC ou la Fondation de France, mais l'ingéniosité des correspondants mécénat permet de mettre en contact les porteurs de projet avec des entreprises de façon tout à fait originale : une association a présenté son projet lors d'un salon professionnel consacré aux logiciels informatiques ; une entreprise a ensuite pris contact avec ce porteur de projet. « Dans le cadre des conventions signées entre les Directions Régionales des Affaires Culturelles et les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI), certaines CCI acceptent de réaliser à titre gracieux des requêtes sur leurs bases de données pour le compte d'organisations sans but lucratif. »⁴⁵. C'est un outil dont les CCI pourraient davantage se servir.

Le Responsable Communication, Relations presse et mécénat de la CCI Pau Béarn dit être très proche des porteurs de projet culturels, lui-même ayant été il y a plusieurs années dans ce secteur. Néanmoins, il dit avoir été obligé de réduire le rythme devant le nombre de sollicitations, mais essaie de répondre individuellement à chacun et de renvoyer le cas échéant sur des « personnes-ressources ». Les degrés d'engagement des CCI sont en effet plus ou moins forts selon les cas et la volonté des individus.

44 CAYRON, Gérard. « Une plateforme pour des entrepreneurs mécènes ». *La République des Pyrénées*. 26 mai 2011. Disponible sur http://www.larepubliquedespyrenees.fr/2011/05/26/une-plateforme-pour-des-entrepreneurs-mecenes_196126.php.

45 NIELSEN, Karen. *Le Mécénat mode d'emploi*. Editions Economica, collection Patrimoine, avril 2007. (p. 175)

D/ Les pôles mécénat et la gestion de club d'entreprises : l'implication affirmée de certaines chambres consulaires

Aujourd'hui le propos est moins d'étendre le dispositif ou d'évaluer que de créer des pôles régionaux de mécénat, encouragés par la seconde charte signée entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. L'implication des CCI dans le développement du mécénat se lit dans certains territoires par l'animation de clubs d'entreprise.

Les Pôles Mécénat

L'objectif de ces pôles est de réduire le nombre de prescripteurs et de permettre de « jouer collectif », tout en s'appuyant sur une forte dimension partenariale⁴⁶ : Ordre des experts-comptables, Conseil supérieur du notariat, Chambres des métiers, Chambres agricoles, parfois également les avocats ou l'antenne locale d'une grande fondation.

Alors qu'à la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, une telle création n'a pas été envisagée, plusieurs pôles mécénat existent actuellement. Néanmoins, malgré leur nom, la concrétisation de plusieurs pôles est essentiellement un site Internet. Il en va ainsi de la CCI Côte-d'Or⁴⁷ et de la CCI Rennes Bretagne⁴⁸ (Pôle mécénat Bretagne). La CCI Pau Béarn a créé une Plateforme Mécénat, plateforme partenariale dont l'objectif n'est pas de récolter des fonds mais d'inciter les entreprises à faire du mécénat, leur donner les clés pour réussir dans leurs actions de mécénat. L'outil principal de ce partenariat entre la CCI, la DRAC, les experts-comptables, le MEDEF et les avocats sera la mise en ligne d'un site Internet, ainsi que la signature d'une Charte commune pour le développement du mécénat local dans le courant de l'hiver. Cette plateforme n'a aucune structure juridique, et ce dans une volonté ne pas alourdir le fonctionnement, le risque étant sinon de créer une « usine à gaz »⁴⁹. Le Pôle Atlantique du Mécénat est un travail informel entre la CCI Nantes-Saint-Nazaire, la délégation Pays de Loire de la Fondation de France, la DRAC Pays de la Loire, et l'Ordre des Experts-comptables – Pays de Loire. Les services fiscaux sont également consultés selon les projets, pour des questions d'éligibilité au mécénat. Ce pôle sensibilise, informe et accompagne ceux qui le souhaitent. La question de l'intégration des collectivités territoriales à ces pôles se pose également, car elles risquent d'y être à la fois juges et parties⁵⁰. La CCI Pau Béarn n'est ainsi pas décidée à ce sujet.

46 Entretien avec Béatrice Genoux, Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. Conseiller Mécénat du Président.

47 Mécénat en Bourgogne www.mecenat-bourgogne.org. Une banque mécène fait partie des partenaires de ce site, ce qui est très rare en la matière.

48 Mécénat en Bretagne www.bretagne-mecenat.fr.

49 Entretien avec Nicolas CHARLET, CCI Pau Béarn. Responsable Communication, Relations presse et mécénat.

50 Entretien avec Béatrice GENOUX, Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. Conseiller Mécénat du Président.

En Languedoc-Roussillon, le problème du financement de la structure se pose, ainsi que la question de l'ajout d'un niveau institutionnel. La question autour de ce que « doit être » un pôle mécénat n'est donc pas résolue. Si le besoin en matière de centralisation des informations sur le mécénat dans la région se fait ressentir, c'est le rapprochement avec les porteurs de projet et les entreprises, et non avec les institutions, qui doit être visé. Pour la Conseillère Mécénat du Président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, il s'agit de formaliser un modèle, par exemple sous la forme d'une association loi 1901, qui puisse ensuite servir de référence à d'autres régions. Le rôle des institutions nationales est en effet d'effectuer du benchmarking et de mettre des outils à disposition de tous. Par ailleurs, la configuration en réseau permet une mutualisation des moyens.

La gestion de clubs d'entreprise par les CCI

Quelques CCI s'investissent directement dans la gestion de clubs d'entreprise. Ainsi la CCI de Nantes et Saint-Nazaire a été à l'initiative de la création du club d'entreprise de la biennale *Estuaire* et en a assuré pour partie la gestion⁵¹. Face à des résultats satisfaisants, la CCI a été sollicitée pour créer également des clubs autour du Château des ducs de Bretagne et des Machines de l'Ile. En tout, pas moins de 150 entreprises font partie d'un club, et nombreuses sont les entreprises industrielles. Néanmoins, l'opération a été plus difficile pour le Fonds Régional d'Art Contemporain, car les entreprises ne se sont pas mobilisées autour de l'art contemporain. La CCI essaie quoi qu'il en soit de s'insérer dans des projets innovants, comme la Solidaire du Chocolat⁵².

La CCI du Puy-de-Dôme anime le Club Entreprises & Territoires⁵³ autour du territoire de Riom. Cofondé en 2002 par le Volley Ball Club de Riom et la CCI, le club regroupe des chefs d'entreprise sur des thématiques d'enthousiasme du territoire. Fin 2009, le club comptait 130 adhérents issus de 94 entreprises et organismes différents. Si la culture n'est pas au centre des préoccupations de ce Club, des visites ont néanmoins été organisées à la salle culturelle l'Arlequin à Mozac, à La Comédie de Clermont-Ferrand et à La Puce à l'Oreille à Riom. Un lien s'est développé aujourd'hui avec la rénovation en projet du Théâtre de Châtel-Guyon, et 250 000 € ont déjà été récoltés⁵⁴. La CCI ne s'implique pas directement dans ce projet en raison du risque d'identification politique, néanmoins elle relaie les informations, et le Président de l'Association de soutien « Tous en scène à Châtel-Guyon » fait partie des membres du Club Entreprises & Territoires.

51 Il s'appelle d'ailleurs le Club Entreprises CCI Estuaire.

52 Première transat solidaire à la voile entre la France et le Mexique en 2009, celle-ci a permis de lever pas moins de 500 000 € pour le monde associatif.

53 Sous forme d'association loi 1901.

54 La rénovation, prévue pour fin 2013, va coûter 3 millions : la municipalité finance à hauteur de un million, les autres collectivités publiques également, et le dernier million est à chercher en mécénat.

La CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales porte le fonctionnement et la communication de la Fondation Mécènes Catalogne, créée en juin 2010 et centrée sur le soutien à des projets culturels. Les sommes recueillies sont exclusivement réservées aux projets sélectionnés. Les liens sont très forts, puisqu'actuellement le président de la Fondation n'est autre que le Président de la CCI, six ou sept élus de la CCI sur les 35 sont mécènes de la fondation, tout comme le président de la CCI du Languedoc-Roussillon. Les projets sont présélectionnés par un comité d'éligibilité composé de quatre mécènes, les quatre correspondants mécénat signataires de la convention départementale et trois personnalités qualifiées extérieures⁵⁵. Ce groupe évalue l'impact que pourrait avoir chaque projet. Puis les porteurs de projets présélectionnés sont invités à présenter leur projet en Assemblée Générale extraordinaire de la Fondation, qui choisira ensuite l'attribution de ses fonds ; dix projets ont été retenus l'an passé, avec une prédominance de la littérature, du cinéma et de la photographie, ce qui reflète le secteur culturel local selon la conseillère technique mécénat.

Un des modèles en matière de club d'entreprises sur le territoire français reste la Fondation d'entreprises « Mécènes & Loire »⁵⁶, créée à l'initiative de la CCI du Maine-et-Loire et la Ville d'Angers. Pour la CCI du Puy-de-Dôme, elle apparaît comme une des visions à long terme et un projet dans ce sens a été présenté aux élus consulaires, sans toutefois que cela ne retienne pour l'instant leur attention.

Les degrés d'implication des CCI sont donc très différents. Ainsi, selon la Conseillère Mécénat du Président de l'ACFCI, une vingtaine de chambres de commerce sont très actives, une trentaine s'agrège de façon plus ou moins régulière et les autres sont plus ou moins actives⁵⁷. La question se pose alors du rôle que pourraient avoir les collectivités territoriales, de façon différente ou complémentaire des CCI. Les correspondants mécénat des CCI sont tous d'accord pour dire que les collectivités territoriales ont un rôle à jouer, mais beaucoup commencent par exprimer leur crainte du désengagement des collectivités publiques. La chargée du tourisme de la CCI de Limoges et de la Haute-Vienne indique que ce n'est pas la vocation du mécénat que de pallier les baisses budgétaires. La conseillère technique mécénat de la CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales pointe également le risque que les collectivités se désengagent et souligne que le mécénat n'a pas vocation à remplacer les subventions. Or « le mécénat n'a

55 Du secteur culturel, de la presse et du milieu universitaire.

56 Mécènes & Loire est une expérience de mécénat territorial née en 2005 et active dans le Maine-et-Loire. 24 chefs d'entreprise ont été réunis autour de la CCI pour soutenir des projets d'intérêt général au niveau local ; le slogan de la fondation est « Irriguer notre territoire ». Plus de 165 000 euros sont réunis chaque année et servent à des projets sélectionnés. La Fondation promeut également le mécénat auprès des PME du département via des rencontres.

57 Entretien avec Béatrice GENOUX, Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie. Conseiller Mécénat du Président.

pas pour vocation de compenser les insuffisances ou les carences des financements publics, notamment en matière culturelle. »⁵⁸.

Pourquoi les collectivités s'engageraient-elles dans le mécénat ? Pour compléter leur budget, ou bien de façon plus généreuse pour développer le rayonnement de leur territoire ? Ne sont-elles pas plus ouvertes au soutien de différents porteurs de projet que les DRAC par exemple, qui ne soutiennent que les porteurs de projet déjà aidés par leurs services⁵⁹ ?

58 RIGAUD, Jacques. « Le mécénat d'entreprise ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. (p. 70)

59 Entretien avec Brigitte LEGROS, EspaceCulture. Attachée de direction, responsable du Bureau du Mécénat.

II/ Les collectivités territoriales, nouvel espoir pour le développement du mécénat culturel ?

S'octroyant des prérogatives dans les domaines économiques et culturels, en vertu de la clause générale de compétences davantage que d'après les compétences attribuées par la loi, les collectivités sont parmi les rares acteurs à se situer aux croisements du monde de l'économie et de celui de la culture. Elles ont donc un poste d'observation privilégié, et peuvent mettre en relation les uns avec les autres. La réforme des collectivités territoriales, qui maintient la possibilité pour tous les échelons de collectivités d'intervenir en matière culturelle⁶⁰, renforce le rôle que se sont attribuées les collectivités dans ce domaine et leur laisse la possibilité de s'intéresser au mécénat culturel.

A/ L'émergence de l'implication des collectivités territoriales dans le mécénat

Les collectivités territoriales sont de plus en plus nombreuses à s'intéresser au mécénat culturel, comme pourrait le prouver la profusion de brochures éditées sur le sujet, les listes de collectivités formées à ce sujet par des consultants, etc. Pourtant, le cheminement est d'abord passé par la reconnaissance de l'économie culturelle puis la fin du tabou du mécénat.

Les collectivités territoriales et leurs politiques culturelles

Dans les années 70 et 80, le développement local est valorisé et les élus commencent à revendiquer l'impact économique supposé d'une vie culturelle riche ainsi que le prestige ainsi octroyé au territoire (souvent une ville). Les équipements culturels se développent de manière très forte durant les années 80 et 90 dans la plupart des villes françaises. Aujourd'hui, nombre de collectivités développent des politiques culturelles structurées, largement autonomes, qui s'appuient sur leurs équipements et un éventail d'actions culturelles. De nombreux élus locaux attribuent à la culture des retombées économiques positives : recettes fiscales, développement de l'activité et création d'emplois, vitalité culturelle comme facteur d'attractivité, et tourisme. Il est vrai que la culture est aujourd'hui reconnue comme étant un facteur de développement local et

60 Les objectifs de cette réforme de 2010 étaient de simplifier l'organisation institutionnelle des collectivités, diminuer le coût économique de l'organisation institutionnelle locale, clarifier la répartition des compétences et conforter le fait métropolitain sur le territoire national. La clause de compétence générale, maintenue pour les communes, sera supprimée dans les départements et les régions le 1er janvier 2015. Le tourisme, la culture et le sport sont des compétences partagées à titre dérogatoire entre les communes, les départements et les régions.

régional, par exemple en favorisant l'essor des connaissances et de la créativité de la population⁶¹. L'Union européenne affirme d'ailleurs dans son Agenda européen pour la Culture de 2007 que la compétitivité des territoires repose sur la cohérence des arts de la culture sur ce territoire.

Les collectivités territoriales sont devenues des acteurs clés de la croissance économique aux côtés des entreprises. « Au fil des années, toutes les collectivités territoriales, mais aussi leurs groupements et les nombreux partenaires locaux qu'elles ont sollicités, ont ainsi pu expérimenter et utiliser toutes les facettes de l'intervention économique que ce soit en matière d'accueil, d'aide à la création ou au développement des entreprises, ou que ce soit plus traditionnellement en matière de sauvegarde des entreprises en difficulté. »⁶². Elles peuvent donc tenter de rapprocher la dimension culturelle de leurs visées économiques. L'investissement mécénal sur un territoire peut en effet permettre d'appuyer une stratégie de développement local, en enclenchant une dynamique culturelle, sociale, touristique et économique, tout en s'inscrivant dans le projet culturel et artistique des structures concernées. Les collectivités ont besoin de l'aide technique et financière des entreprises, qui elles-mêmes ont besoin des réseaux au sein des appareils administratifs pour accéder aux commandes publiques et cherchent également une légitimité sociale. Mais la vigilance est de mise. « Sur les financements privés, il faut distinguer la permanence (la permanence, dans une institution culturelle, ce sont les collectivités publiques qui doivent l'assurer), puis il y a l'événementiel, il y a les coups de cœur des milieux économiques, il y a une relation entre les milieux économiques et le territoire qui peut les conduire à considérer, comme le font les élus, que la culture est un élément d'attractivité économique. Et là, les acteurs économiques ont un rôle à jouer. »⁶³.

Les acteurs locaux et les entreprises mécènes

Les acteurs territoriaux, élus et fonctionnaires, ont évolué dans leur relation aux entreprises mécènes. Craignant une perte d'influence sur certaines activités au cœur de leur responsabilité, de nombreux élus se sont positionnés de façon réservée voire hostile face au mécénat : « les élus, surtout ceux des collectivités locales, craignant une perte d'influence sur des activités traditionnellement au cœur de leur responsabilité (action

61 Jean Michel Tobolem, directeur d'Option Culture. MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, FONDATION ROYAUMONT. *Le mécénat, acteur du développement culturel et artistique. Collectivités territoriales et mécénat*. Abbaye de Royaumont, 3 et 4 février 2006. Disponible sur <http://www.mecenat.culture.gouv.fr/royaumont/D4.php>.

62 COUR DES COMPTES, CHAMBRES REGIONALES ET TERRITORIALES DES COMPTES. *Les aides des collectivités territoriales au développement économique. Rapport public thématique*. La documentation française, novembre 2007. (p. 2)

63 Propos de René Rizzardo, ancien directeur de l'Observatoire des Politiques Culturelles, rapportés dans REGION ALSACE. *30 ans de décentralisation culturelle en Alsace (1976-2006). Tables rondes*. Les actes, 24 novembre 2006. (p. 43)

sociale, éducation, culture...), ont adopté d'emblée une attitude [vis-à-vis du mécénat] réservée, voire hostile. »⁶⁴. Mais une évolution émerge, comme l'illustre la Fédération des Maires des Villes Moyennes : « Le mécénat culturel donne l'occasion aux villes moyennes de collaborer plus étroitement avec les entreprises installées sur leur territoire, en unissant dans un même projet la collectivité et l'entreprise mécène. L'entreprise, quelle que soit sa taille, apporte dans ce projet une aide financière et technique précieuse dans un contexte de raréfaction des ressources. »⁶⁵. On assiste ainsi à une évolution globale vers le développement d'un mécénat accompagné par les pouvoirs locaux et au renouvellement des processus de coopération mis en place. Aussi le maire de Marseille écrit-il « réunir partenariat de la culture et monde de l'entreprise, services publics et société civile dans un même projet d'intérêt général constitue une démarche légitime et féconde »⁶⁶. Le mécénat d'entreprises en matière culturelle a de nombreux atouts et peut permettre de dépasser les politiques anciennes et de construire un nouveau rapport aux actions culturelles, à la fois des entreprises et des collectivités territoriales. Quel que soit le projet vers lequel il est dirigé, le mécénat ne constitue pas seulement une transaction financière mais un véritable échange social avec l'entreprise qui peut faire naître ou conforter compréhension et reconnaissance mutuelles.

Aujourd'hui les pratiques de mécénat des collectivités territoriales sont inscrites dans une « démarche progressive, encore timide »⁶⁷. Le document de la Ville de Strasbourg rappelle que le mécénat est « une affaire privée, entre des acteurs privés, mais dans un contexte territorial où des élus sont présents »⁶⁸. C'est donc de manière plus globale le rapport entre public et privé qui se joue derrière le mécénat. « Le niveau local, notamment celui des villes, renforce sa pertinence d'espace de recomposition des politiques culturelles, donc du jeu entre acteurs, donc des tensions entre public et privé. »⁶⁹. Ces tensions sont productrices d'avancées positives pour les politiques publiques, ce qui justifie que les acteurs privés soient depuis les années 1970/1980 de plus en plus associés aux décisions publiques. « L'action publique ne peut exister et fonctionner sans la contribution, selon des modalités diverses, du secteur privé. [...] L'idée est de considérer que le service public sera d'autant mieux assuré que l'on saura combiner les avantages du secteur public et du secteur privé, considérés comme complémentaires

64 DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. (p. 27)

65 Bruno Bourg-Borc, député-maire de Châlons-en-Champagne, président de la FMVM. FEDERATION DES MAIRES DES VILLES MOYENNES. *Mécénat culturel et développement économique*. Collection Repères Municipaux, octobre 2010. (p. 5)

66 VILLE DE MARSEILLE. *Marseille Mécénat Patrimoine / Art Contemporain*. Fonds de dotation.

67 Entretien avec Jean-Luc Soulé, MEC'ENE.

68 STRASBOURG.EU & COMMUNAUTE URBAINE. *Le mécénat à Strasbourg*. Février 2011. (p. 19)

69 BRUNET, Pascal & BARONE, Laurence. « Partenariat public/privé : un changement de perspective », *L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*. N°35, juillet 2009. (p. 63)

pour l'exercice d'une mission de service public ou d'intérêt public.»⁷⁰ Ce serait donc dans l'intérêt même du secteur public que des liens étroits avec le secteur économique marchand soient noués.

Pour Jean-Luc Soulé, président de MEC'ENE, la volonté politique est le critère majeur. Le développement du mécénat répond d'une part à une évolution de la société et d'autre part devient une nécessité financière. Pour lui, il permet aux collectivités de « faire en sorte qu'il y ait une vision partagée de l'intérêt général, à l'heure où les crédits publics se font plus difficiles, notamment dans le milieu culturel, mais en partageant l'ensemble des initiatives et de leur financement »⁷¹.

B/ Le développement du mécénat pour la collectivité territoriale elle-même

Les collectivités territoriales, tout comme l'Etat, sont éligibles au mécénat et peuvent donc délivrer un reçu fiscal permettant à une entreprise ou un particulier de déduire un pourcentage de cette somme de ses impôts. Le mécénat, notamment en faveur des villes, se développe de plus en plus. Dans sa brochure de 2010 sur le mécénat, l'Ordre des Experts-comptables propose ainsi un modèle de convention de mécénat culturel entre une entreprise et une municipalité.

Quelques collectivités engagées dans cette voie

Le mécénat de la Ville de Strasbourg découle des Assises de la Culture de 2009 et s'inscrit dans la démocratie participative : il s'agit d' « associer encore plus les grands décideurs privés à la vie de la cité, et leur proposer un certain nombre de partenariats »⁷². Durant ces Assises, il a beaucoup été question du budget de la culture. Le maire a pris la décision de garder ce budget à 77 millions d'euros en euros constants, mais de ne pas l'augmenter ni le baisser. Un chargé de mission a par la suite été désigné et il a élaboré une brochure sur le mécénat. Éditée à 500 exemplaires, elle a été envoyée à 120 grandes entreprises, une trentaine de personnes déjà mécènes d'actions à Strasbourg, les élus de la ville et de la communauté urbaine, tous les directeurs et chefs de service⁷³. Enfin, ce document a été également envoyé aux villes ayant figuré dans le benchmark ainsi qu'à certaines personnes travaillant spécifiquement sur le mécénat. A l'avenir, trois points seraient à étudier : assurer une fonction de facilitateur, se doter d'outils pertinents et

70 AUBY, Jean-François. « De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle ». *L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*, N°35, juillet 2009. (p. 34)

71 Entretien avec Jean-Luc SOULE, MEC'ENE. Président.

72 STRASBOURG.EU & COMMUNAUTE URBAINE. *Le mécénat à Strasbourg*. Février 2011. (p. 3)

73 Strasbourg n'a qu'une seule administration qui travaille pour la ville et la communauté urbaine.

rechercher les contreparties que la collectivité peut offrir. Le gros projet à venir sera peut-être la construction d'un nouvel opéra, évaluée à 150 millions d'euros, que la ville ne pourra pas financer seule.

Une cellule mécénat a été créée au Conseil Régional Nord-Pas de Calais en 2007, d'après la volonté de son président socialiste de créer une synergie public/privé tout particulièrement autour du Louvre-Lens. Ce service est unique dans une collectivité territoriale de part sa taille : quatre personnes⁷⁴. Ce service ne cherche du mécénat que pour la collectivité. Le travail en partenariat, par exemple avec la CCI, est quasiment existant, dans une volonté de la chef de projet de rester « seule maître à bord ». Pour les projets dont elle est en charge, elle trouve entre 5 et 100% de mécénat selon les cas, les budgets de mécénat par projet allant de 5000 à 3 millions d'euros⁷⁵.

L'idée à Strasbourg n'est pas de venir boucler les budgets, mais plutôt de voir si une entreprise aurait un intérêt pour un projet qui actuellement n'est pas une priorité du mandat ou une priorité financière. L'exemple donné par le chargé de mission est ainsi de l'Orchestre Philharmonique de Strasbourg, qui coûte 10 millions d'euros par an : s'ils avaient besoin d'un million supplémentaire pour effectuer une tournée en Chine, cela ne semblerait pas adéquat de demander cette somme aux contribuables ; alors que si une entreprise y voit une manière d'atteindre le marché chinois, elle y trouverait son intérêt tout en permettant une tournée internationale à un grand orchestre.

Ces collectivités ont en commun le positionnement de la mission mécénat dans l'organigramme. Ainsi, en Nord-Pas de Calais, le service est intégré à la Direction générale adjointe de l'administration et des finances. A Strasbourg, c'est la Direction de l'action économique qui devrait également prendre en charge le mécénat d'ici quelques temps. Au Havre, le Chef du Service financements extérieurs et mécénat est rattaché à la Direction des Marges de manœuvres. Malgré ces signes forts du but de la recherche de mécénat, pour Strasbourg le choix de cette direction serait justifié par le fait qu'il s'agit de celle qui connaît le mieux les entreprises, et également d'une direction transversale. Il est à noter que la personne désignée sera chargée d'épauler les chefs de projet, qui s'occuperont de chercher du mécénat pour le projet dont ils sont responsables : la recherche de mécénat restera l'affaire des opérationnels. L'objectif du service en Région Nord-Pas de Calais est de chercher l'adhésion des entreprises locales, de chercher des passerelles autour de projets structurants qui assurent le développement économique et social de la région. Bien que ce service soit attaché à la direction financière, la chef de projet défend le fait

74 Une chef de service, une personne en charge de la coordination, une autre qui s'occupe de l'aspect juridique et enfin une autre personne qui est chargée des contreparties.

75 Un projet Culture Justice, en lien avec le Louvre Lens, est financé totalement par une fondation privée. Cependant, dans la majorité des cas, la Région finance l'essentiel du budget.

qu'il s'agit avant tout de créer de l'adhésion et une dynamique autour d'un projet dans une démarche plus globale qu'une pure recherche de financements. Enfin, sur son site Internet, la Ville du Havre parle de « faciliter cet engagement citoyen »⁷⁶.

Les cercles d'entreprise semblent plein d'avenir dans ce type de positionnement des collectivités territoriales. Au Havre, l'accent est mis sur le site Internet sur le club d'entreprises du MuMa – Musée d'Art Moderne André Malraux, géré par une collaboration entre le Chef du Service financements extérieurs et mécénat et l'administrateur du musée. La réflexion est en cours à Strasbourg, sans toutefois en venir à forcer la main aux structures en régie ; l'objectif serait de toucher davantage les PME. En Région Nord-Pas de Calais, la même idée fait son chemin, par exemple autour du Centre Pompidou Mobile.

Ces trois collectivités territoriales ne se situent pas tout à fait sur le même terrain. Ainsi, la Ville de Strasbourg a réalisé une brochure présentant les axes de développement d'une politique de mécénat. La Ville du Havre propose sur son site 58 pages qui présentent les avantages du mécénat, les déductions fiscales et les projets à soutenir avec à chaque fois un court descriptif, le type de mécénat recherché et le montant du projet. Quant à la chef de projet entreprises et culture du Conseil Régional Nord-Pas de Calais, elle ne dispose d'aucune brochure mais rencontre chaque entreprise de façon individuelle dans une véritable démarche de *fundraising*.

Le fonds de dotation : une opportunité à saisir ?

Pour Jean-Louis Thiérot, avocat au barreau de Paris, estime qu'il est rarement opportun que la collectivité soit directement bénéficiaire de l'opération de mécénat⁷⁷. Cela apparaît comme souvent compliqué, et le fonds de dotation comme une nouvelle solution. La loi de modernisation de l'économie n°2008-776 du 4 août 2008 crée le fonds de dotation⁷⁸. Véritable compromis entre les associations et les fondations, c'est un « nouvel outil de financement visant à permettre aux organismes sans but lucratif de disposer de fonds leur assurant des recettes substantielles »⁷⁹. Sa caractéristique première est sa grande souplesse. Ainsi, un fonds de dotation peut être créé par une ou plusieurs personnes physiques ou morales, de droit privé ou de droit public : associés, associations, fondations, sociétés commerciales, collectivités peuvent être à l'origine d'un fonds de dotation. Il est à durée déterminée ou indéterminée. Le conseil d'administration doit néanmoins être composé de trois personnes minimum.

Les ressources du fonds de dotation sont les dotations en capital, les dons et legs,

76 Ville du Havre www.lehavre.fr

77 FEDERATION DES MAIRES DES VILLES MOYENNES. *Mécénat culturel et développement économique*. 26 octobre 2010. Actes du colloque. Novembre 2010. (p. 5)

78 Voir aussi décret n°2009-158 du 11 février 2009, instruction du 9 avril 2009 et circulaire du 19 juin 2009.

79 BARON, Éric & TARON, David. « Les fonds de dotation, une opportunité au service de la philanthropie ? ». *L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*. N°35, juillet 2009. (p. 39)

ainsi que les intérêts produits, les produits des activités statutairement autorisées et la rémunération des services rendus. Le fonds peut faire appel à la générosité publique par une souscription, sous le contrôle de l'administration fiscale.

Le fonds de dotation n'est pas destiné spécifiquement aux collectivités territoriales. Mais une collectivité publique peut participer à la création d'un fonds de dotation avec des entreprises, pour un projet particulier et à condition qu'elle apporte des fonds. Le versement de fonds publics à ce fonds de dotation ne pourra être rendu possible qu'à titre exceptionnel par arrêté conjoint des ministres chargés de l'économie et du budget et en fonction de l'importance et de la particularité du projet⁸⁰.

Marseille a créé récemment deux fonds de dotation : « Marseille Patrimoine 2013-2020 » et « Marseille Art contemporain 2013-2020 ». Le premier a pour objectif de contribuer à préserver et à valoriser la richesse patrimoniale mobilière et immobilière de Marseille. Le second développera le rayonnement des collections d'art moderne et d'art contemporain du territoire marseillais, mais aussi les enrichira dans des domaines encore inexplorés. En février 2011, la Folle Journée et la Ville de Nantes ont créé un Fonds de dotation pour le mécénat culturel afin de financer entre autres des ateliers d'écriture, la réalisation de BD et d'un Petit Journal, une politique tarifaire attractive⁸¹. Le fonds de dotation Mérignac Mécénat a été lancé en juillet 2011 : le maire a insisté sur le fait qu' « il n'est pas question ici que la Ville se désengage de son rôle au profit des entreprises »⁸². Ce fonds de dotation recevra des contributions en faveur de la culture, du sport, de la solidarité et du développement durable. Il est utile d'ajouter cependant qu'un fonds de dotation ne peut être soumis à la tutelle des pouvoirs publics et bénéficie d'une pleine capacité juridique.

C/ La collectivité territoriale comme facilitateur de contacts entreprises / porteurs de projet

Depuis quelques années, une des lignes directrices de l'action des pouvoirs publics est le développement des ressources propres des institutions culturelles. Certaines collectivités choisissent donc de développer le mécénat non pas seulement pour elles-mêmes, mais également pour les acteurs de leur territoire. La ville de Strasbourg se voit également comme facilitateur de mécénat pour d'autres associations. L'exemple de la ville de Reims sera tout particulièrement éclairant à ce sujet, puis viendra la question de

80 Fonds de dotation : www.fonds-dotations.fr

81 VILLE DE NANTES. Communiqué de presse. La Ville et la Folle Journée solidaires. 3 février 2011.

82 DELHOUMEAU, Olivier. « La municipalité lance un fonds de dotation baptisé Mérignac Mécénat ; Mécène es-tu là ? ». *Sud Ouest*, 11 juillet 2011.

l'échelon pertinent pour le développement du mécénat. Il peut être intéressant de noter que ces pratiques sont en vigueur dans des pays frontaliers de la France : en Espagne, « les collectivités locales s'impliquent nettement plus dans le cadre d'opérations de mécénat en faveur de projets culturels ou du patrimoine en encourageant les croisements entre les financements privés et publics. »⁸³

Les Missions mécénat, fer de lance de la promotion de cette pratique ?

Une Mission Mécénat a été créée en septembre 2010 au sein de la Direction de la culture et du patrimoine de la Ville de Reims. Ce projet a été porté par la municipalité dès son arrivée au pouvoir en 2008, mais le positionnement de cette mission a été compliqué vis-à-vis d'autres services qui ne comprenaient pas toujours pourquoi la culture avait été privilégiée⁸⁴. La volonté politique est décrite comme un élément important de la réussite du projet, et qui aboutit à la création d'un poste dédié. Pour Lille 2004, le positionnement de Martine Aubry a été essentiel à la mobilisation des entreprises. Jean-Marc Ayrault, maire de Nantes⁸⁵, parle d'une nouvelle mobilisation qu'il a voulu créer en étant élu, et qu'il ne pouvait construire qu'avec des acteurs locaux, des associations, des citoyens et des entreprises. Selon lui, le mécénat était à mettre en lien avec le développement et l'attractivité d'une ville qui sont indispensables aux entreprises, au sein d'une démarche partagée. Les entreprises sont très attirées par des événements très médiatiques comme les Folles Journées, mais aussi par du « mécénat citoyen », qui s'appuie sur la culture comme levier de développement et vecteur de cohésion sociale. Selon Jean-Marc Ayrault, « le secteur privé crée une nouvelle dynamique aux côtés de l'action publique »⁸⁶. La mobilisation des acteurs politiques est essentielle pour amorcer un tel engagement.

L'objectif de cette mission est de fédérer les acteurs économiques autour d'un projet commun de développement et de rayonnement de leur ville, et le mécénat est présenté comme le mode de financement d'une nouvelle économie culturelle locale, qui accompagne la montée en puissance et le rayonnement des actions menées, suscite la responsabilisation des acteurs⁸⁷. La chargée de mission dit avoir été sélectionnée parmi les candidats par rapport à une expérience de mécénat non comme financement mais comme levier de politique culturelle pour augmenter la participation des acteurs privés à la vie de

83 CARRIER, Renaud. « Engager les entreprises sans désengager les pouvoirs publics » in ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. (p. 219)

84 Entretien avec Laura EXPOSITO DEL RIO, chargée de mission mécénat. Mairie de Reims.

85 Il faut noter une présence très forte du sponsoring à Nantes en raison de la taille des événements concernés (Estuaire, Folle Journée) ainsi que de la structuration juridique de plusieurs structures portant des événements en sociétés d'économie mixte, donc non éligibles au mécénat.

86 SEGHERS, Virginie. *Ce qui motive les entreprises mécènes. Philanthropie, investissement, responsabilité sociale ?* Editions Autrement, Collection « Acteurs de la société », avril 2007. (p. 231)

87 VILLE DE REIMS. Comprendre la Mission mécénat de la Direction de la Culture et du Patrimoine. 3 p.

la cité, faire de l'entreprise un public de la culture à travers le mécénat. Elle explique néanmoins que le Huitième Centenaire de la Cathédrale a fait prendre conscience aux élus que cette mission était nécessaire en raison des problématiques budgétaires. Un signal fort des liens à tisser entre culture et économie à Reims, mais aussi de la vision de la culture comme levier de développement et d'attractivité, est la désignation d'un adjoint à la Culture, au Développement économique et aux Grands Travaux. La réflexion porte aujourd'hui sur le développement de la mission mécénat de la Ville de Reims en lui permettant, par un rattachement à la direction générale, de devenir transversale. Au cas où elle resterait dans la Direction de la Culture, la création d'une structure collective de gestion de fonds est envisagée.

La mission oscille aujourd'hui entre la recherche de mécénat pour la collectivité⁸⁸ et le développement de l'information sur le territoire. Des formations ont donc été mises en place par la chargée de mission pour les porteurs de projet culturel, mais également à destination des agents territoriaux, qui ont, comme les élus, reçus des notes internes sur le sujet. Les entreprises sont rencontrées de façon plus individuelle, avant tout pour expliquer ce qu'est le mécénat. Des petits-déjeuners ont été organisés, ainsi que des speed-datings. A Nantes, la chargée de mission pour la coordination du mécénat culturel était chargée de combler le fossé d'incompréhension entre le monde de l'entreprise et le monde culturel et structurer les démarches de prospection des acteurs culturels⁸⁹.

La dualité promotion du mécénat/recherche de mécènes semble devoir perdurer. Si elle peut paraître compliquée à gérer, on peut souligner que c'est également le cas pour la Mission Mécénat du Ministère de la Culture et de la Communication. L'intérêt d'une telle mission réside dans la promotion du mécénat au-delà des seuls concernés. Ainsi, Strasbourg comme Reims ont tenté par la diffusion d'une brochure et l'organisation de formations, de développer en interne les connaissances sur le mécénat.

88 Concernant le Huitième Centenaire de la Cathédrale, 300 000 € ont été récoltés en mécénat pour le spectacle *Rêve de couleurs* sur un budget de 1,2 millions.

89 FONDATION DE FRANCE (OBSERVATOIRE). *Le mécénat : trait d'union entre l'entreprise et son territoire ? Focus en Pays de la Loire*. Mai 2010. (p. 7)

La question de l'échelon territorial pertinent

« Aujourd'hui, les villes sont le lieu privilégié des activités et de la vie sociale, le point de convergence des attentes et des inquiétudes, conférant à leurs dirigeants des nouvelles responsabilités. »⁹⁰. Ces responsabilités passent pour certains dans la promotion du mécénat culturel. A Beauvais, la collectivité joue un « rôle de catalyseur dans le rapprochement de l'entreprise et des acteurs culturels »⁹¹. Jean-Luc Soulé explique que les villes moyennes ou grandes sont l'échelon en soi le plus pertinent, les Conseils Généraux venant après dans le rang des collectivités amenées à porter des projets.

Ainsi le département des Pyrénées-Atlantiques s'est positionné « à l'interface des « deux mondes » et [a servi] de passerelle entre ces derniers tout en proposant l'information et les conseils techniques nécessaires aux deux parties. »⁹². Ce département propose ainsi des conseils, de l'aide pour l'élaboration du dossier de présentation, tout en refusant de se substituer au porteur de projet en ce qui concerne l'élaboration d'une offre de partenariat ou la recherche de mécènes.

Les Régions se sont quant à elles davantage investies dans le terrain des études. La Chambre Régionale de l'Économie Sociale du Limousin a ordonné une étude sur le mécénat sur ce territoire, assortie de préconisations. Cependant, plus d'un an après l'étude, les retombées se limitent à deux réunions de restitution et de sensibilisation durant lesquelles la consultante ayant mené l'étude a été invitée. C'est aussi l'échelon régional qui a été utilisé pour deux études sur le mécénat en Pays de la Loire, l'une effectuée par la Fondation de France⁹³ et l'autre par le Conseil Économique, Social, Environnemental des Pays de la Loire⁹⁴. Cette dernière étude envisage la nomination d'un animateur régional, qui coordonnerait à son tour un réseau de relais de proximité.

Le Conseil régional pourrait apparaître comme acteur de la promotion du mécénat, en particulier dans les zones rurales. Selon Pascale Mottura, concernant le territoire limousin, un cadre intéressant de mise en place d'une plateforme de développement du mécénat serait la Région, « en l'inscrivant dans un processus bénéficiant d'une masse critique de développement de ressources, d'informations et d'activités »⁹⁵. Pour le chargé

90 PRAGER, Jean-Claude. « Les élus locaux et le développement économique : de la croissance subie à la recherche d'une stratégie de développement dans la société du savoir » in COLLECTIF. *Villes et économie*. La Documentation française, collection villes et société, 2004. (p. 8)

91 FEDERATION DES MAIRES DES VILLES MOYENNES. *Mécénat culturel et développement économique*. 26 octobre 2010. Actes du colloque. Novembre 2010. (p. 6)

92 BAGADASSARIAN, Isabelle & BONNEAU, Philippe « Réflexion sur le mécénat dans le domaine patrimonial dans le département des Pyrénées-Atlantiques » in ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. (p. 149)

93 FONDATION DE FRANCE (OBSERVATOIRE). *Le mécénat : trait d'union entre l'entreprise et son territoire ? Focus en Pays de la Loire*. Mai 2010. 16 p.

94 CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ENVIRONNEMENTAL DES PAYS DE LA LOIRE. *Les complémentarités public/privé au service de la culture et du sport*. Novembre 2010. 32 p. Disponible sur : http://cesr.paysdelaloire.fr/uploads/media/C7_RapportCulture_v13_HD.pdf.

95 MOTTURA, Pascale. *Regards sur le mécénat culturel de proximité en Limousin. Examen de sept*

de l'aménagement du territoire à la CCI du Puy-de-Dôme, c'est en Auvergne la Région qui serait la plus à même de développer des outils pour favoriser le mécénat à une échelle pertinente. La Région permettrait ainsi d'aller au-delà de la « rénovation de pigeonniers » et offrirait aux projets la visibilité et l'impact économique dont ils ont besoin.

La question de l'échelon territorial pertinent reste donc entièrement ouverte. D'autres solutions seraient à envisager, comme ce qui se fait à Marseille : EspaceCulture, association loi 1901 qui reçoit le soutien du Conseil régional, du Conseil général, de la ville et de la Communauté Urbaine, dispose d'un Bureau du Mécénat. Tous les porteurs de projet ont ainsi à disposition des documents sur Internet et peuvent obtenir un rendez-vous pour monter leur projet, demander un rescrit fiscal⁹⁶, s'informer sur les entreprises à démarcher⁹⁷.

« Créer des espaces de dialogues et d'échanges faciliterait la coordination et l'harmonisation des interventions entre financeurs et favoriserait la rencontre entre porteurs de projet et partenaires potentiels. »⁹⁸. Il semble aujourd'hui que ces espaces de dialogues et d'échanges ne soient pas tout à fait trouvés. Ce qui manque, c'est trouver comment les entreprises peuvent s'investir autrement dans la vie publique, de quelle manière elles peuvent partager avec les collectivités des objectifs devenus communs et proches. La politique culturelle n'en gagnerait qu'une assise plus solide grâce au soutien des acteurs économiques et sociaux. Enfin, la latitude d'intervention des partenaires privés dans la définition et la réalisation du projet pourrait être décidée en commun dans un cadre concerté de mécénat territorial.

D/ Une pratique non dénuée de risques

Le mécénat est en cours de développement, de nouvelles relations des acteurs locaux et des entreprises se construisent. Des risques émergent en raison du rôle spécifique des collectivités territoriales et du soutien qu'elles apportent ordinairement aux acteurs.

partenariats associations-PME. Avril 2010. (p. 50)

96 Par un rescrit fiscal, un contribuable demande à l'administration de prendre formellement position sur un sujet, en l'occurrence ici elle donne ou non à la structure demandeuse le droit de recevoir du mécénat et donc d'élaborer des reçus fiscaux pour les donateurs.

97 La personne interrogée souligne néanmoins que les collectivités territoriales ne s'impliquent pas dans le développement du mécénat. Certains de leurs agents ont été formés il y a une dizaine d'années, et il n'y a pas d'actions particulières, hormis autour de Marseille Provence 2013, depuis.

98 CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ENVIRONNEMENTAL DES PAYS DE LA LOIRE. *Les complémentarités public/privé au service de la culture et du sport*. Novembre 2010. (p.20). Disponible sur : http://cesr.paysdelaloire.fr/uploads/media/C7_RapportCulture_v13_HD.pdf.

La concurrence entre acteurs culturels et les relations privilégiées avec certaines entreprises

Si en Région Nord-Pas de Calais, on préfère dire que « le mécène a l'embaras du choix »⁹⁹, la chargée de mission de la Mairie de Reims affirme clairement que « on se retrouve en concurrence avec les porteurs de projet ». Pour l'ancien chargé de mission de Strasbourg, la question de la concurrence ne se pose pas, étant donné que ce n'est pas la collectivité qui choisit mais que le mécène donne à qui il souhaite. A ses yeux, c'est au contraire les DRAC qui pourraient tenter d'attirer du mécénat à elles afin de réduire l'implication de l'Etat. Pour que les relations soient saines, il est nécessaire que la collectivité ait un positionnement clair.

La responsabilité des collectivités territoriales, acheteurs publics, est également engagée quand il y a un échange d'argent avec les entreprises. La légalité des échanges est toujours problématique, et la signature de conventions de mécénat ne met pas toujours à l'abri de possibles différends ultérieurs. Lors de grandes opérations de mécénat, on se retrouve face à un risque de contournement des textes relatifs à la passation des marchés publics, comme cela a été le cas pour le groupe Bouygues à Versailles en 2004 puis à l'Hôtel de la Marine à Paris en 2009, qui a échappé à des appels d'offres pourtant obligatoires¹⁰⁰. Au niveau local, les mêmes problématiques peuvent émerger. Le maire de Périgueux, au moment de la renégociation de son contrat de gestion de l'eau, a choisi de mettre fin au contrat de mécénat avec Suez environnement, afin de retrouver sa liberté totale¹⁰¹.

La baisse des subventions : positionnement ambigu des collectivités territoriales

Plusieurs correspondants mécénat des CCI évoquaient un risque de baisse des subventions si les collectivités se mettaient à promouvoir le mécénat culturel. « [Avant la loi de 2003, on] disait volontiers que la générosité des Français n'était pas en cause, mais que c'est la volonté des pouvoirs publics qui manquait. Maintenant qu'une législation favorable, voulue au plus haut niveau de la République, est en place, on entend ici et là qu'elle traduit une volonté de désengagement de la part de l'Etat [...]. Il semble plus juste de resituer les avancées du mécénat dans une évolution plus large où le développement des causes d'intérêt général – dont l'Etat n'a plus le monopole séculaire, mais demeure le

99 Entretien avec Léonore Heemskerk, Conseil régional Nord-Pas de Calais. Chef de projet entreprises et culture.

100 ALLINE, Jean-Pierre. « Trois idées reçues sur le mécénat » in ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. (p. 18)

101 « Le maire de Périgueux renonce à un mécénat avec Suez ». *Sud Ouest*. 11 février 2011. Disponible sur <http://www.sudouest.fr/2011/02/11/le-maire-de-perigueux-renonce-a-un-mecenat-avec-suez-316130-1980.php>.

garant – implique un partage d'initiatives et de responsabilités entre pouvoirs publics et société civile. C'est le cas notamment du secteur culturel, où l'apport de financements et de compétences privés permet de soutenir le développement de politiques ambitieuses, conformes à l'attente et aux besoins des publics. »¹⁰². C'est en effet le discours souvent tenu par les personnes en charge des missions mécénat, comme à Reims ou en Région Nord-Pas de Calais.

Mais le risque n'est pas complètement écarté, et un double discours est souvent présent, preuve que la situation est en pleine évolution. Dans la brochure éditée par la Ville de Strasbourg sur le mécénat, l'objectif affiché concernant *Strasbourg Capitale de Noël* est « de limiter progressivement la contribution des collectivités, afin de pouvoir redéployer l'aide publique sur de nouvelles initiatives. »¹⁰³. En Région Nord-Pas de Calais, région dont les dépenses culturelles par habitant sont les plus élevées¹⁰⁴, il est dit qu'on peut « alléger les budgets et faire de plus jolies choses avec les mécènes »¹⁰⁵.

A condition de ne pas se réduire à des liens avec seulement quelques grandes entreprises, le partenariat avec des mécènes peut permettre de trouver une cohérence entre le politique, le culturel et l'économique et instaurer une nouvelle forme de dialogue avec une partie de la société civile. Par ailleurs, ce peut être un moyen de donner une légitimation à la politique culturelle d'une collectivité territoriale, légitimation appuyée par les acteurs économiques et sociaux du territoire. Il est ainsi possible de rapprocher ce travail en commun de la notion de développement local, défini comme la « mobilisation des acteurs locaux autour de l'élaboration d'un projet d'ensemble commun »¹⁰⁶. Une nouvelle gouvernance au niveau local est peut-être en train de naître.

102 FOHR, Robert. « Essor et enjeux du mécénat culturel ». *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. (p. 334). Robert Fohr est chef de la mission mécénat du Ministère de la Culture et de la Communication.

103 STRASBOURG.EU & COMMUNAUTE URBAINE. *Le mécénat à Strasbourg*. Février 2011. (p. 25)

104 ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. (p. 54)

105 Entretien avec Léonore Heemskerk, Conseil régional Nord-Pas de Calais. Chef de projet entreprises et culture.

106 PRAGER, Jean-Claude. « Les élus locaux et le développement économique : de la croissance subie à la recherche d'une stratégie de développement dans la société du savoir » in COLLECTIF. *Villes et économie*. La Documentation française, collection villes et société, 2004.(p. 13)

Conclusion

L'Alsace, en raison de son histoire notamment, est une région aux nombreuses spécificités et dont les habitants revendiquent dans leur majorité cet aspect transfrontalier. Comprendre la région, son département, appréhender l'organisation politico-administrative territoriale a donc été un exercice intéressant et utile à mon intégration. L'étude des politiques culturelles des collectivités publiques qui subventionnent les Dominicains de Haute-Alsace m'a permis également d'inscrire les enjeux de cette structure et les axes sur lesquels je travaillais au quotidien dans un cadre plus global.

Plusieurs dimensions des Dominicains de Haute-Alsace ont été présentées dans ce mémoire : scène conventionnée pour la musique installée dans un monument historique, c'est aussi un lieu qui s'ouvre aux arts numériques et cherche sans cesse à se tourner vers un nouveau public. Les résultats obtenus se rapprochent chaque année des objectifs affichés dans la convention triennale, tandis que d'autres aspects qui n'y étaient pas particulièrement développés sont mis en avant.

Il apparaît que les chambres de commerce et d'industrie tout comme les collectivités territoriales peuvent jouer un rôle dans le développement du mécénat. Les chambres de commerce sont très proches des entreprises, mais ne souhaitent pas, dans la plupart des cas, assurer un rôle d'intermédiaire avec les structures culturelles ; les relations avec les Directions Régionales des Affaires Culturelles, qui sont théoriquement en charge de faire ce lien, ne sont pas toujours opératoires au niveau local. Les collectivités territoriales sont donc dans une position ambiguë, à la fois en recherche éventuelle de mécénat pour elles-mêmes et porteuse du développement de cette pratique sur leur territoire. Mais leur implication semble en pleine évolution, et devra faire l'objet d'un suivi dans les prochaines années, notamment en raison de la multiplication des missions mécénat.

Travailler sur le mécénat s'est avéré un sujet totalement d'actualité avec la mise en place le 13 avril 2011 d'une mission d'information nationale sur les nouvelles formes de mécénat culturel, dirigée par le député UMP Michel Herbillon. Sans avoir accès aux résultats, prendre connaissance que de telles préoccupations existent renforce encore l'intérêt de ce travail. Je suis profondément convaincue de l'importance pour un territoire de pratiques locales de mécénat. « Si le mécénat d'entreprise en France est « à la fois marginal et décisif », selon le mot de son grand promoteur français, Jacques Rigaud, c'est

que son impact ne se mesure pas seulement en euros. Il doit être évalué aussi à l'aune de tous ces petits gestes, de ces projets modestes, de ces politiques de PME ou de ces aventures locales dont l'addition produit un nouveau maillage social : mis bout à bout, ils ne font pas un saupoudrage de soutiens, mais plutôt, et plus profondément, ce capitalisme à visage humain que peinent souvent à se représenter nos concitoyens. L'entreprise, elle aussi, peut être attentive, solidaire, polyphonique. »¹. Un partenariat avec une association culturelle peut permettre à une entreprise de mieux appréhender les relations sociales, de disposer d'une vision sur l'avenir différente de la leur². D'autres formes sont encore à explorer, comme des clubs de petites structures culturelles qui mutualiseraient leur recherche de mécénat, afin d'offrir aux entreprises une offre globale.

Dans le même temps, je suis convaincue de la nécessité d'une politique publique de la culture, et c'est ce qui m'a poussée à préparer puis réussir le concours d'attaché de la fonction publique territoriale. « A montant égal, l'argent privé reste perçu comme ayant moins de prix que l'argent public, qui a également valeur de reconnaissance. »³. Si cet état de fait renvoie à la longue histoire du financement public, il n'en demeure pas moins que la concertation pouvoirs publics / secteur privé peut aider au soutien de l'émergence dans la création ou à la politique d'élargissement des publics. Beaucoup de craintes envers les entreprises aujourd'hui ressemblent étrangement à celles que l'on entendait lorsque les collectivités territoriales ont pris de plus en plus de poids dans les politiques culturelles.

Mon terrain de stage, la scène conventionnée des Dominicains de Haute-Alsace est pour moi un lieu dynamique qui fourmille d'idées ingénieuses, servies par une équipe jeune et motivée. Travailler avec des professionnels, dans ce lieu, autour de ces projets a été un moment très enrichissant professionnellement et humainement. J'ai acquis une formation complémentaire dans le domaine du mécénat. J'ai donc développé des compétences spécifiques, actuellement recherchées sur le marché du travail.

J'ai également acquis et développé d'autres savoir-faire. Durant ce stage, il m'a été possible d'accompagner un professionnel reconnu pendant une période de six mois. J'ai pu me confronter à sa façon de travailler, tout en étant très intégrée dans une équipe. Mon cursus de formation à l'Institut d'Études Politiques de Grenoble et plus particulièrement le contenu de la spécialité de Master Direction de Projets Culturels ont été un atout dans la compréhension rapide des éléments, la rédaction de documents de synthèse, mais

1 SIMON, Nicolas & ESHET, Marianne. *Le Mécénat valeur actuelle. Quand la société peut compter sur l'entreprise*. Editions Gallimard, mars 2009. (pp. 20-21)

2 TRAMOND, François-Xavier. « Les fantassins du mécénat culturel ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. (p. 76)

3 HURÉ, Fabienne. « Le mécénat à l'épreuve des peurs, des croyances et des représentations ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. (p. 72)

également dans des domaines plus techniques tels le droit et la fiscalité.

Le seul point négatif que je soulignerais est les successions de modifications tardives de l'organisation. Tout évolue, parfois un peu trop, et certains changements ont lieu au dernier moment, mettant en péril la mise en œuvre de l'évènement. Il me semble nécessaire de poser parfois un peu plus en amont les éléments, et de s'y tenir. Le petit nombre de réunions que l'on pourrait considérer comme un gain de temps peut s'avérer pénalisant dans les faits. Par contre, il est assez incroyable de voir de quelle manière chaque personne de l'équipe s'adapte ensuite avec un grand professionnalisme, ce qui permet de ne jamais rencontrer de difficultés majeures. Mais quelques retours du public, trouvant le personnel un peu stressé, poussent à se demander si une évolution ne serait pas souhaitable.

Lors d'un entretien mené pour ce mémoire, une proposition de remplacement de la Directrice des Savoirs et du Temps Libre de la Ville de Guebwiller pendant son congé maternité m'a été faite. Ce stage s'achève ainsi sur une opportunité professionnelle me permettant de continuer à travailler dans la même ville, tout particulièrement autour de « Noël Bleu », dont les mappings-vidéos seront réalisés par le Directeur du Centre AudioVisuel des Dominicains de Haute-Alsace.

Durant les mois de mai et juin 2011, j'ai élaboré un projet de thèse⁴, présélectionné pour l'attribution d'un contrat doctoral. Si ce projet a été ajourné en raison de l'opportunité professionnelle qui s'est offerte à moi, je pense le mener à bien dans les années à venir. Les récents encouragements de Bénédicte Menanteau, déléguée générale d'Admical, ne font que renforcer mon envie.

Sans être totalement au cœur de chacune des expériences que j'aurais, je pense toujours faire en sorte de ne pas être loin des pratiques de mécénat, en particulier des relations acteurs locaux / chefs d'entreprise. Il me semble que c'est un domaine dans lequel il y a encore un très grand nombre de pratiques à développer, tout en poursuivant la réflexion sur les enjeux et les risques y afférant.

Ma prise de poste en août me permet d'ores et déjà de m'interroger sur la détermination d'une action publique forte en matière culturelle, mais aussi sur la façon d'intégrer davantage les populations en prenant en compte leurs attentes tout en partageant tous ensemble un moment « artistique ». Le mécénat est au cœur de ma réflexion en ce domaine, et apporte une plus-value financière indispensable à Noël Bleu. Reste à transformer ces partenariats en atouts pour le développement du public et la compréhension de cette manifestation.

4 Voir annexe VIII « Projet de Thèse ».

Bibliographie thématique

Ouvrages généraux de politique culturelle

Ouvrages

CHOTARD, Antoine, LE VAILLANT, Adrien. *Atlas 2006 : cartographie régionale des principales structures du spectacle subventionnées par le ministère de la Culture et de la Communication*. Paris : Ministère de la Culture, 2008. Disponible notamment sur <http://www.irma.asso.fr/Cartographie-regionale-du>.

DUBOIS, Vincent (direction) & POIRRIER, Philippe (collaboration). *Politiques locales et enjeux culturels. Les clochers d'une querelle XIXème - XXème siècles*. Ministère de la Culture et de la Communication, collection du Comité d'histoire du ministère de la Culture, 1998. 455 p.

PERRET, Jacques. *L'action culturelle des petites villes. Guide pratique*. Association des petites villes de France, Observatoire des politiques culturelles, septembre 1995. 95 p.

POIRRIER, Philippe (direction). *Les politiques culturelles en France*. La Documentation française, Collection Retour aux textes, 2002. 637 p.

SAEZ, Guy (direction). *Institutions et vie culturelles*. 2ème édition revue et augmentée. La Documentation française, 2005. 172 p.

SAINT PULGENT, Maryvonne (de). *Le Gouvernement de la culture*. Gallimard, collection le débat, septembre 2003. 378 p.

WARESQUIEL (DE), Emmanuel (direction). *Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1959*. CNRS Editions - Larousse/Bordas, mars 2001. 657 p.

Documents institutionnels

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles, 2010. 122 p.

DIRECTION DE LA MUSIQUE, DE LA DANSE, DU THEATRE ET DES SPECTACLES / BUREAU DE L'OBSERVATION DU SPECTACLE VIVANT. *Les principaux réseaux et programmes financés par le ministère de la culture*. Repères DMDTS. N°3, Février 2008. 23 p.

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION / CATHERINE TRAUTMANN. Circulaire n°168110 du 5 mai 1999 : Orientations pour la politique en faveur du spectacle vivant - Aide aux lieux de diffusion : programme national de « scènes conventionnées ».

MORAUD, Jean-Christophe. *La réforme des collectivités territoriales (RCT)*. Assemblée des départements de France, décembre 2010.

Caractéristiques générales du territoire et politiques culturelles en Alsace, Haut-Rhin, région de Guebwiller

Ouvrages

BRUN, Marie-Georges. *Histoire de l'Alsace*. CRDP de Strasbourg, 2010. 32 p. Disponible sur http://www.crdp-strasbourg.fr/data/lcr/histoire-en-bref/textes/histoire_en_bref.pdf.

WECKMANN, André. *Langues d'Alsace : mode d'emploi*. Alsace qualité environnement, 2001. 53 p.

Documents institutionnels

AGENCE CULTURELLE D'ALSACE. *L'intercommunalité culturelle en Alsace. Etat des lieux de l'intercommunalité culturelle en Alsace. Les freins et conditions propices au développement de la culture dans l'intercommunalité*. Les Études de l'Agence, 2010. 80 p.

BREDEL, Jean-Luc (conférence de presse). *La politique culturelle de l'Etat en Alsace*. Dossier de presse, DRAC Alsace. Palais du Rhin, Strasbourg, 8 mars 2002. 13 p.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN. *Chiffres clés pour l'Alsace*. Septembre 2010. 4 p.

CHOTARD, Antoine & LE VAILLANT, Adrien. *Atlas 2006 Alsace. Cartographie régionale des principales structures du spectacle vivant subventionnées par le Ministère de la Culture et de la Communication*. Direction de la Musique, de la Danse, du Théâtre et des Spectacles, Bureau de l'observation du Spectacle vivant. Juillet 2008. 18 p.

COMMUNAUTE DE COMMUNES DE LA REGION DE GUEBWILLER. Diapositives de présentation du label Ville et Pays d'Art et d'Histoire par Cécile Roth. Disponible sur http://plate-forme-patrimoines-et-territoires.source.asso.fr/fileadmin/files/PER_CIP/presentationAndlau_CecileRoth.pdf.

COMMUNAUTE DE COMMUNES DE LA REGION DE GUEBWILLER. *Statuts*. Dernière modification le 3 août 2005. 9 p.

CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL D'ALSACE. *Avis. Culture et développement local : mariage du cœur et de la raison*. Avis n°07-07, 8 octobre 2007. 44 p.

CONSEIL GENERAL DU HAUT-RHIN. *Contrat de Territoire de Vie Florival-Vignoble-Plaine du Rhin 2010-2013. Document de travail*. Juin 2010. 189 p.

DEPARTEMENT DU HAUT-RHIN. *Schéma départemental de Développement des Enseignements Artistiques*. CG 68, Direction de la Communication. 59 p.

DIRECTION DE LA MUSIQUE, DE LA DANSE, DU THEATRE ET DES SPECTACLES, BUREAU DE L'OBSERVATION DU SPECTACLE VIVANT. *Les principaux réseaux et programmes financés par le ministère de la Culture*. REPERES DMDTS, n°3, février 2008. 23 p.

DRAC ALSACE. « La région en chiffres ». *Contexte culturel*. Disponible en ligne sur www.alsace.gouv.fr/cgi/indicateurs.html ; consulté le 28 mars 2011.

DRAC ALSACE. « Villes et pays d'art et d'histoire ». *Le dossier du mois / Archives*. Disponible en ligne sur www.alsace.culture.gouv.fr ; mars 2005 ; consulté le 28 mars 2011.

INSEE. *Chiffres clés : Guebwiller (68112 - Commune)*. Disponible sur : <http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/default.asp?page=statistiques-locales.htm>, consulté le 3 février 2011. 19 p.

KASER, Beat. *Rapport économique régional 2010. Alsace - Lorraine - Champagne-Ardenne*. Consulat Général de Suisse. Strasbourg, 5 août 2010. 19 p.

LAMARA, Hadjou. « Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales », *Développement durable et territoires* [En ligne], Varia, mis en ligne le 07 juillet 2009. Disponible sur : <http://developpementdurable.revues.org/8208>.

REGION ALSACE. *30 ans de décentralisation culturelle en Alsace (1976-2006). Tables rondes*. Les actes, 24 novembre 2006. 72 p.

REGION ALSACE. *La culture et le patrimoine : des richesses exceptionnelles*. Janvier 2009. 4 p.

STOESSEL-LITZ, Josiane. *Évaluation de la politique pour la culture d'un département. La politique culturelle du Département du Haut-Rhin de 1982 à 2001*. Département du Haut-Rhin, février 2005. 358 p.

STOESSEL-LITZ, Josiane. *Trente ans après les chartes culturelles d'Alsace, quelle action culturelle pour les territoires ?* Agence Culturelle d'Alsace, 2006. 16 p.

VILLE DE GUEBWILLER. *Étude sur l'organisation actuelle et la réorganisation des équipements scolaires des structures d'accueil et équipements périscolaires*. (p. 7)

VILLE ET PAYS D'ART ET D'HISTOIRE. « Un label, un réseau ». Article disponible en ligne sur www.vpah.culture.fr ; consulté le 28 mars 2011.

Articles de périodiques

COHEN, Gérald, REITEL, Bernard & WOESSER Raymond, « Nouvelles perspectives dans le Haut-Rhin : positionnement et stratégie d'un territoire situé en bordure d'espaces métropolitains », *Revue Géographique de l'Est* [En ligne], vol. 44 / 3-4 | 2004, mis en ligne le 27 mai 2009, consulté le 20 août 2011. URL : <http://rge.revues.org/758>

CONSEIL GENERAL DU HAUT-RHIN. « Un budget 2011 de responsabilités et d'actions ». *Haut-Rhin magazine Haute-Alsace. Le Conseil Général vous informe*. N°34, février 2011. pp. 4-7.

ESCHAPASSE, Baudouin. « L'Alsace (ré)unifiée ? », *Le Point.fr*, 16 juin 2011. Disponible sur http://www.lepoint.fr/villes/l-alsace-re-unifiee-16-06-2011-1345148_27.php.

GARAT, Jean-Baptiste. « Le gouvernement lance la grande fusion de l'Alsace ». *Le Figaro*, 14 janvier 2011. Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/politique/2011/01/14/01002-20110114ARTFIG00680-le-gouvernement-lance-la-grande-fusion-de-l-alsace.php>.

GOUGEON, Delphine. « La politique culturelle mise en œuvre par la Région Alsace », *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. pp. 348-350.

HOFFSTETTER, Matthieu. « Les Alsaciens séduisent moins les entreprises suisses. », *Dernières Nouvelles d'Alsace*, Région, 12 juillet 2011, p. 5. Disponible en ligne sur http://www.frontalier.org/ftp/article/1113914/Alsace_frontaliers.pdf.

LEROY, Stéphane. « Les principaux enseignements du 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2007 en cartes », *Cybergeo : European Journal of Geography*, Elections présidentielles 2007 en France, mis en ligne le 30 avril 2007, modifié le 30 avril 2007. URL : <http://cybergeo.revues.org/5827>.

PLANSON, Cyrille. « Collectivités territoriales. La réforme à marche forcée », *La Scène*, n° 57, été 2010. pp. 82-87

SANDTNER, Susanne & SANDTNER, Martin. « Une identité régionale transfrontalière ? La Regio TriRhena dans la prise de conscience de la population », *Revue Géographique de l'Est* [En ligne], vol. 42 / 1-2 | 2002, mis en ligne le 03 janvier 2011, consulté le 15 août 2011. URL : <http://rge.revues.org/2754>

Sites Internet

Communauté de Communes de la Région de Guebwiller : <http://www.cc-guebwiller.fr/>

Conseil Général du Haut-Rhin : <http://www.cg68.fr/culture/>

Conseil Régional d'Alsace : http://www.region-alsace.eu/dn_culture-patrimoine/

Office pour la Langue et la Culture d'Alsace : <http://www.olcalsace.org>

Parc naturel régional des Ballons des Vosges : <http://www.parc-ballons->

vosges.fr/culture_patrimoine/

Portail interministériel d'informations sur les associations et la politique associative de l'Etat : www.associations.gouv.fr

A propos des Dominicains de Haute-Alsace

Documents internes

- « Les Dominicains de Haute-Alsace, un projet artistique transfrontalier », dernière modification le 8 novembre 2010.
- « Projet artistique et culturel 2006-2008 ». Novembre 2005. 9 p.
- « Projet artistique et culturel 2009/2012. Les Dominicains de Haute-Alsace ». Décembre 2008. 10 p.
- Assemblée générale du 25 mai 2010. Rapport moral de la Présidente. 3 p.
- Assemblée générale du 16 mai 2011. Rapport moral de la Présidente. 4 p.
- Budgets 2007 à 2011.
- CABINET MONOT. Bilan au 31.12.2010. 9 p.
- Convention pour le Développement culturel des Dominicains de Haute-Alsace, scène conventionnée pour la musique 2009/2012. Juin 2009. 15 p.
- Profils de poste au 1er janvier 2010. 17 p.
- Projet artistique et culturel 2009/2012. Les Dominicains de Haute-Alsace. 10 p.
- Rapport moral de la Présidente. Assemblée Générale du 25 mai 2010.
- Rapport moral de la Présidente. Assemblée Générale du 16 mai 2011.
- Statuts de l'association des « Dominicains » de Haute-Alsace à Guebwiller, Centre Culturel.
- Statistiques définitives 2006, 2007, 2008, 2009, 2010.
- Statistiques géographiques saison 2009/2009.
- KURST, Gérard. « Le couvent des Dominicains de Guebwiller », dernière modification le 15 septembre 2009.

Autres documents

LEVYCKYJ, Mélanie. *Les Dominicains de Haute-Alsace : la recherche de partenariats pour la saison musicale 2002*. IUP Ingénierie Culturelle, Lille 3, 2002. 72 p.

PASQUERO, Eliane. *Le mécénat culturel et les clubs d'entreprises mécènes, une nouvelle synergie économie - culture ?* Université Pierre Mendès France, Institut d'Etudes Politiques de Grenoble, 2004. 127 p.

SORARU, Isabelle. « Culture, solidarité et mécénat : les Dominicains de Haute-Alsace, scène musical et lieu patrimonial. », *Youphil.com, le Média de toutes les solidarités*, 27 juin 2011. Disponible sur <http://mecenatculturel.blog.youphil.com/archive/2011/06/27/culture-solidarite-et-mecenat-les-dominicains.html>.

Financement privé de la culture et mécénat

Ouvrages

ALLINNE, Jean-Pierre & CARRIER, Renaud. *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*. L'Harmattan, collection Droit du patrimoine culturel et naturel, mai 2010. 223 p.

DEBIESSE, François. *Le Mécénat*. Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?, juin 2007. 127 p.

NIELSEN, Karen. *Le Mécénat mode d'emploi*. Editions Economica, collection Patrimoine, avril 2007. 274 p.

SEGHES, Virginie. *Ce qui motive les entreprises mécènes. Philanthropie, investissement, responsabilité sociale ?* Editions Autrement, Collection « Acteurs de la société », avril 2007. 298 p.

SIMON, Nicolas & ESHET, Marianne. *Le Mécénat valeur actuelle. Quand la société peut compter sur l'entreprise*. Editions Gallimard, mars 2009. 207 p.

Documents institutionnels

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, DIRECTION GENERALE DES MEDIAS ET DES INDUSTRIES CULTURELLES, MISSION DU MECENAT. *Mécénat culturel : la législation. Petit guide pour les porteurs de projets, les entreprises et les particuliers*. 24 p.

MISSION DU MECENAT DU MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION / DELEGATION AU DEVELOPPEMENT ET AUX AFFAIRES INTERNATIONALES. *L'essor du mécénat culturel en France. Témoignages et pratiques*. 2005. 141 p.

Articles de périodiques

AUBY, Jean-François. « De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. pp. 34-38.

BARON, Eric & TARON, David. « Les fonds de dotation, une opportunité au service de la philanthropie ? ». *L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*. N°35, juillet 2009. pp. 39-41.

BENHAMOU, Françoise. « Mécénat culturel : à consommer...avec modération ». *Rue 89*, 1er mars 2008. Disponible sur www.rue89.com, Blog « En pleine culture ».

BRUNET, Pascal & BARONE, Laurence. « Partenariat public/privé : un changement de perspective », *L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*. N°35, juillet 2009. pp. 62-63

FANDRE, Capucine & PAOLI-DALLE, Ludivine. « Regards sur le dialogue public/privé ». *Pouvoirs locaux. Les cahiers de la décentralisation*. N°88, 1/2011. p. 47-49.

FOHR, Robert. « Essor et enjeux du mécénat culturel ». *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. pp. 334-337.

HURÉ, Fabienne. « Le mécénat à l'épreuve des peurs, des croyances et des représentations ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. pp. 71-73.

RIGAUD, Jacques. « Le mécénat d'entreprise ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. pp. 68-70.

ROUX, Marie-Claude. « Le mécénat d'entreprise déserte la culture ». *Le Monde*, 25 mars 2011.

TRAMOND, François-Xavier. « Les fantassins du mécénat culturel ». *L'Observatoire, La Revue des politiques culturelles*, n°35, juillet 2009. pp. 74-76.

Colloques et rencontres

ADMICAL. *L'évaluation du mécénat en question*. Conférence du 16 mai 2006. 23 p.

ADMICAL. *La communication du mécénat en question*. Actes. Conférence Admical 21 septembre 2007. Editions Admical. 32 p.

ADMICAL. *Le mécénat collectif : ensemble tout est possible*. Actes. Conférence Admical 18 avril 2008. Editions Admical. 29 p.

ADMICAL. *Le mécénat en nature : l'autre manière de donner*. Actes. Colloque Admical 3 octobre 2008. Editions Admical.

LA SCENE. *Le mécénat, une opportunité ou un leurre ? Faut-il avoir peur du financement privé de la culture ?* Actes du colloque international. Nantes, 2005. 58 p.

ENS-HEC (débat). *Quelle politique culturelle pour la France ?*, Actes, 2006. 52 p.

Participation aux 20èmes Assises internationales du Mécénat d'Entreprise ADMICAL, 9 et 10 mai 2011 à Marseille – Palais du Pharo :

- Introduction
- Quel mécénat pour demain ?
- Qui porte l'intérêt général aujourd'hui ?
- Quelle place pour le mécénat dans la société et l'entreprise ?
- Quelles perspectives pour le mécénat culturel ?
- L'évaluation du mécénat : des projets en question
- Accompagner vers l'emploi : les mécènes de l'insertion
- Entreprises mécènes, moteurs de dynamiques locales
- Conclusion

Études et mémoires universitaires

/EXCEL & OPINIONWAY. *Les Français et le mécénat culturel*. Novembre 2010.

ADMICAL. *Résultats de l'enquête ADMICAL - CSA. Les chiffres clés du mécénat d'entreprise 2005*. Mars 2006. 16 p.

ADMICAL & CSA. *Le mécénat d'entreprise en France 2008. Résultats de l'enquête ADMICAL - CSA*. Juin 2008. 16 p.

ADMICAL & CSA. *Le mécénat d'entreprise en France 2010. Résultats de l'enquête ADMICAL - CSA*. Octobre 2010. 20 p.

CSA & ADMICAL. *Quel impact de la crise sur le mécénat ? Enquête ADMICAL - CSA en collaboration avec l'Agence LIMITE*. Mars 2009. 16 p.

EYCHENNE, Delphine. *Enjeux du mécénat culturel. Existe-t-il une légitimité à l'intervention de la sphère privée dans le domaine de l'intérêt général ?* Master professionnel « Développement culturel et direction de projet », Directeur de mémoire : Jacques Bonniel. Université Lumière Lyon 2, 2007.

FONDATION DE FRANCE (OBSERVATOIRE). *Le mécénat : trait d'union entre l'entreprise et son territoire ? Focus en Pays de la Loire*. Mai 2010. 16 p.

MOTTURA, Pascale. *Regards sur le mécénat culturel de proximité en Limousin. Examen de*

sept partenariats associations-PME. Avril 2010. 52 p.

L'implication des CCI et des collectivités territoriales dans le développement du mécénat

Ouvrages

AUBY, Jean-Bernard (interview, journaliste : Marjolaine KOCH). « Les liens publics-privés sont en pleine mutation ». *La lettre du Cadre territorial*, n°425, 1er juillet 2011.

COLLECTIF. *Villes et économie*. La Documentation française, collection villes et société, 2004. 310 p.

FEDERATION DES MAIRES DES VILLES MOYENNES. *Mécénat culturel et développement économique*. Collection Repères Municipaux, octobre 2010. 54 p.

Documents institutionnels

ASSEMBLEE DES CHAMBRES FRANCAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE & MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Charte pour le développement du mécénat culturel entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie*. Paris, 15 mars 2005.

ASSEMBLEE DES CHAMBRES FRANCAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE & MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Deuxième charte nationale pour le développement du mécénat culturel entre le Ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie*. Paris, 20 avril 2010.

CONSEIL ECONOMIQUE SOCIAL ENVIRONNEMENTAL DES PAYS DE LA LOIRE. *Les complémentarités public/privé au service de la culture et du sport*. Novembre 2010. 32 p. Disponible sur : http://cesr.paysdelaloire.fr/uploads/media/C7_RapportCulture_v13_HD.pdf.

COUR DES COMPTES, CHAMBRES REGIONALES ET TERRITORIALES DES COMPTES. *Les aides des collectivités territoriales au développement économique. Rapport public thématique*. La documentation française, novembre 2007. 109 p.

Articles de périodique

« Le maire de Périgueux renonce à un mécénat avec Suez ». *Sud Ouest*. 11 février 2011. Disponible sur <http://www.sudouest.fr/2011/02/11/le-maire-de-perigueux-renonce-a-un-mecenat-avec-suez-316130-1980.php>.

CAYRON, Gérard. « Une plateforme pour des entrepreneurs mécènes ». *La République des Pyrénées*. 26 mai 2011. Disponible sur <http://www.larepubliquedespyrenees.fr/2011/05/26/une-plateforme-pour-des-entrepreneurs-mecenes,196126.php>.

CHEVALIER, Thierry. « Le mécénat en DRAC Pays de Loire », *La Revue du Trésor*, n°5, mai 2008. pp. 362-363.

DELHOUMEAU, Olivier. « La municipalité lance un fonds de dotation baptisé Mérignac Mécénat ; Mécène es-tu là ? ». *Sud Ouest*, 11 juillet 2011.

Colloques et rencontres

FEDERATION DES MAIRES DES VILLES MOYENNES. *Mécénat culturel et développement*

économique. 26 octobre 2010. Actes du colloque. Novembre 2010. 13 p.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, FONDATION ROYAUMONT. *Le mécénat, acteur du développement culturel et artistique. Collectivités territoriales et mécénat.* Abbaye de Royaumont, 3 et 4 février 2006. Disponible sur <http://www.mecenat.culture.gouv.fr/royaumont/D4.php>. Consulté le 20 octobre 2010.

Sites Internet

CCI de Limoges et de la Haute-Vienne : www.limoges.cci.fr

CCI de Nantes et Saint-Nazaire : www.nantesstnazaire.cci.fr

Fonds de dotation : www.fonds-dotation.fr

Mécénat en Bourgogne : www.mecenat-bourgogne.org

Mécénat en Bretagne www.bretagne-mecenat.fr

Ville du Havre www.lehavre.fr

Documents internes

CCI DU PUY-DE-DÔME. Plaquette de présentation du Club Entreprises & Territoires. Mise à jour du 14 avril 2011. 4 p.

ETAT / CCI DE PERPIGNAN ET DES PYRENEES-ORIENTALES / CHAMBRE DES NOTAIRES DES PYRENEES-ORIENTALES / CHAMBRE DES EXPERTS-COMPTABLES DES PYRENEES-ORIENTALES. Convention commune pour le développement du mécénat culturel. Département des Pyrénées-Orientales. 28 janvier 2009. 5 p.

ETAT / CCI DES HAUTES-ALPES. Convention pour le développement du mécénat culturel. 24 septembre 2007. 3 p.

ETAT / CCI PAU BEARN. Convention pour le développement du mécénat culturel. 25 novembre 2009. 3 p.

STRASBOURG.EU & COMMUNAUTE URBAINE. *Le mécénat à Strasbourg.* Février 2011. 42 p.

VILLE DE MARSEILLE. Marseille Mécénat Patrimoine / Art Contemporain. Fonds de dotation.

VILLE DE NANTES. Communiqué de presse. La Ville et la Folle Journée solidaires. 3 février 2011.

VILLE DE REIMS. Comprendre la Mission mécénat de la Direction de la Culture et du Patrimoine. 3 p.

Annexes

| | |
|--|------------|
| <i>Annexe I – Entretiens réalisés</i> | 94 |
| <i>Annexe II - Les scènes conventionnées</i> | 97 |
| <i>Annexe III – Organigramme des Dominicains de Haute-Alsace</i> | 98 |
| <i>Annexe IV – Budget prévisionnel des Dominicains de Haute-Alsace pour 2011</i> | 99 |
| <i>Annexe V – L'évolution du mécénat de 2005 à 2010</i> | 101 |
| <i>Annexe VI – Les mécènes des Dominicains de Haute-Alsace au 1er août 2011</i> | 106 |
| <i>Annexe VII – Deuxième charte pour le développement du mécénat culturel</i> | 107 |
| <i>Annexe VIII – Projet de thèse, juin 2011</i> | 112 |

Table des matières

| | |
|---|----------|
| Sommaire..... | 4 |
| Introduction..... | 5 |
| Première partie - L'Alsace et la culture : l'implication des collectivités territoriales | 9 |
| I/ L'Alsace historique, politique et économique | 9 |
| A/ L'Alsace, une région frontalière | 9 |
| Une histoire entre deux pays | 10 |
| Approche économique de l'Alsace..... | 11 |
| B/ Le département du Haut-Rhin | 12 |
| Un département touristique à l'avenir incertain..... | 12 |
| La territorialisation..... | 13 |
| C/ La coopération intercommunale sur le territoire de Guebwiller..... | 14 |
| La Communauté de Communes et le pays | 14 |
| Le Parc naturel régional et la Regio TriRhena..... | 15 |
| D/ La Ville de Guebwiller | 16 |
| Un passé très industriel..... | 16 |
| Des changements politiques récents..... | 17 |
| II/ La politique culturelle des collectivités territoriales autour de Guebwiller | 19 |
| A/ La politique culturelle de la Région Alsace..... | 19 |
| La politique culturelle régionale depuis la première charte culturelle | 19 |
| Les axes de développement de la politique culturelle du Conseil Régional..... | 21 |
| B/ La politique culturelle du département du Haut-Rhin..... | 22 |
| La politique culturelle départementale des années 1960 à aujourd'hui..... | 22 |
| Entre compétences obligatoires et engagement en faveur des territoires | 23 |
| C/ La Communauté de Communes de la Région de Guebwiller et la culture..... | 25 |
| Pays d'Art et d'Histoire..... | 25 |
| D/ Guebwiller : la culture comme facteur d'attractivité de la ville..... | 27 |
| La politique culturelle municipale : équipements et animation..... | 28 |
| Les moyens de cette politique..... | 29 |

Deuxième partie - Les Dominicains de Haute-Alsace : un projet artistique, deux types de financement.....31

| | |
|---|----|
| I/ Description et analyse d'un monument historique devenu scène conventionnée pour la musique | 31 |
| A/ Le projet des Dominicains de Haute-Alsace | 31 |
| Le couvent des Dominicains, classé monument historique | 32 |
| Les Dominicains de Haute-Alsace, scène conventionnée transfrontalière pour la musique | 33 |
| Un lieu de vie pour les musiciens et un lieu d'accueil des arts numériques | 35 |
| Des projets pour quels publics ?..... | 36 |
| B/ La mise en œuvre du projet des Dominicains de Haute-Alsace | 38 |
| La gestion des Dominicains de Haute-Alsace : le statut associatif | 38 |
| L'équipe au service du projet | 39 |
| C/ Les moyens financiers de mise en œuvre du projet | 41 |
| Une prépondérance des financements publics..... | 41 |
| Structuration des charges..... | 42 |
| II/ Le mécénat aux Dominicains de Haute-Alsace | 43 |
| A/ Le secrétariat général | 43 |
| Le Cercle Dominicains Entreprises..... | 43 |
| B/ Travailler sur le mécénat aux Dominicains de Haute-Alsace | 45 |
| Développement du Cercle Dominicains Entreprises..... | 45 |
| Organisation de séminaires et de la soirée du Cercle Dominicains Entreprises..... | 47 |
| Mécénat de particuliers | 48 |
| D'autres missions autour du développement | 49 |
| C/ Évaluation et perspectives de développement du mécénat..... | 51 |
| L'occasion d'une interrogation sur le mécénat croisé..... | 51 |
| Préconisations concernant le service..... | 52 |
| La question de l'évaluation..... | 52 |

Troisième partie - Les facilitateurs de mécénat culturel : rôles respectifs des chambres de commerce et d'industrie et des collectivités territoriales.....54

| | |
|---|-----------|
| I/ Les chambres de commerce et d'industrie : une implication très inégale selon les territoires | 55 |
| A/ S'investir dans le mécénat : un premier pas à franchir..... | 55 |
| Des obstacles à la promotion du mécénat par les CCI..... | 56 |
| Deux chartes signées en 2005 et 2010..... | 57 |
| B/ Le développement de partenariats | 59 |
| Les partenariats en place pour le développement du mécénat..... | 59 |
| La signature de conventions locales | 60 |
| C/ De la sensibilisation à la mise en relation..... | 61 |
| Les outils de sensibilisation des chefs d'entreprise | 62 |
| Mise en relation des porteurs de projet et des entreprises | 63 |
| D/ Les pôles mécénat et la gestion de club d'entreprises : l'implication affirmée de certaines chambres consulaires | 65 |
| Les Pôles Mécénat..... | 65 |
| La gestion de clubs d'entreprise par les CCI..... | 66 |
| II/ Les collectivités territoriales, nouvel espoir pour le développement du mécénat culturel ?..... | 69 |
| A/ L'émergence de l'implication des collectivités territoriales dans le mécénat..... | 69 |
| Les collectivités territoriales et leurs politiques culturelles | 69 |
| Les acteurs locaux et les entreprises mécènes..... | 70 |
| B/ Le développement du mécénat pour la collectivité territoriale elle-même..... | 72 |
| Quelques collectivités engagées dans cette voie | 72 |
| Le fonds de dotation : une opportunité à saisir ?..... | 74 |
| C/ La collectivité territoriale comme facilitateur de contacts entreprises / porteurs de projet..... | 75 |
| Les Missions mécénat, fer de lance de la promotion de cette pratique ?..... | 76 |
| La question de l'échelon territorial pertinent..... | 78 |
| D/ Une pratique non dénuée de risques..... | 79 |
| La concurrence entre acteurs culturels et les relations privilégiées avec certaines entreprises..... | 80 |
| La baisse des subventions : positionnement ambigu des collectivités territoriales | 80 |
| Conclusion | 82 |

| | |
|---|------------|
| Bibliographie thématique | 85 |
| Annexes..... | 93 |
| Annexe I – Entretiens réalisés..... | 94 |
| Annexe II - Les scènes conventionnées | 97 |
| Annexe III – Organigramme des Dominicains de Haute-Alsace | 98 |
| Annexe IV – Budget prévisionnel des Dominicains de Haute-Alsace pour 2011 | 99 |
| Annexe V – L'évolution du mécénat de 2005 à 2010..... | 101 |
| Annexe VI – Les mécènes des Dominicains de Haute-Alsace au 1er août 2011 | 106 |
| Annexe VII – Deuxième charte pour le développement du mécénat culturel | 107 |
| Annexe VIII – Projet de thèse, juin 2011..... | 112 |
| Table des matières | 120 |