



Bénédicte Menanteau

Déléguée générale d'Admical

Vous êtes diplomate de métier. Après un parcours original, vous avez été conquise par l'esprit de philanthropie et plus tard par le mécénat. Comment devient-on déléguée générale d'Admical ?

Comme souvent par le jeu des circonstances et des affinités. Dès mes premiers pas dans la diplomatie, j'ai eu la chance de m'intéresser à des activités, des univers, des cultures très variés. Mon premier poste au Maroc m'a offert très rapidement l'opportunité de mesurer l'importance des liens culturels dans les relations politiques, économiques ou sociales. A Chicago, le consulat m'a offert mon premier contact avec l'univers des fondations américaines, très actives dans le soutien des grandes institutions culturelles ou caritatives et expertes dans la levée de fonds. J'ai été frappée par ce sentiment très largement répandu qu'il était naturel de « rendre » à la communauté quelque chose, surtout lorsque l'on avait quelques moyens ou compétences à offrir. Ce partage et cette ouverture aux autres, cela représente l'essence même du mécénat. C'est à New York, en tant que porte-parole de

Une nouvelle dynamique du mécénat

l'ambassade de France auprès des Nations Unies, que j'ai découvert l'implication du monde économique dans la vie caritative. Il était très fréquent de croiser des grands chefs d'entreprise, des institutions universitaires et des ONG qui travaillent main dans la main. Ce foisonnement new yorkais, cette mixité culturelle, ce dynamisme économique m'ont donné envie de découvrir le monde de l'entreprise en intégrant à Paris une filiale d'Euro RSCG. Là, changement de décor : il n'y avait aucune implication dans des activités autres que la création de valeur économique et financière pour l'entreprise. La dimension citoyenne de l'entreprise était vraiment embryonnaire. C'est pourquoi, tout a fait modestement, je me suis investie à titre personnel dans l'animation d'ateliers de sculpture en milieu scolaire et hospitalier. Tout en suivant les cours de l'école supérieure des arts appliqués. Ce changement de cap m'a rapprochée d'une association de prise en charge d'enfants atteints d'infirmité motrice cérébrale, présidée par le Dr Alain Chatelin. Je ne connaissais rien au mécénat à la française. J'ai donc appris en marchant. Et, en partenariat avec le ministère de la Recherche, nous avons créé une fondation de recherche reconnue d'utilité publique, la fondation Motrice, dont le lancement a eu lieu au Collège de France.

Ce furent, en quelque sorte, vos premiers pas dans le mécénat ?

J'ai alors réalisé que j'adorais construire pour une cause d'intérêt général un projet dont le relais serait pris par d'autres. J'ai enchaîné la création de cette première fondation avec une seconde, aux statuts bien différents car il s'agissait de mettre sur pied pour le compte d'une entreprise de cosmétiques dont le fondateur était un mécène inspiré,

une fondation d'entreprise. L'aventure a été magnifique car le concours et la participation des salariés se sont faits naturellement autour de projets qui faisaient sens pour tout le monde. J'ai étendu les missions de cette fondation de la France au Burkina Faso et au Brésil où l'entreprise avait des partenaires qui méritaient d'être soutenus dans des projets d'intérêt général, comme la lutte contre la cécité ou l'entrepreneuriat des femmes pauvres. Et maintenant, avec Admical, c'est la synthèse de toutes ces expériences que je veux mettre au service du développement du mécénat en France.

ADMICAL, qui a trente ans cette année, s'est construite sur le mécénat de la culture avec les grands noms de l'establishment. Tout cela est-il encore d'actualité ?

Le mécénat a fait sa révolution et a aujourd'hui atteint un haut degré de maturité et de professionnalisme. Les champs d'intervention se sont beaucoup diversifiés à l'image des préoccupations de la société civile. La palette de dispositifs et d'outils ne cesse de se renforcer. Aujourd'hui toutes les conditions sont réunies pour qu'une entreprise qui n'est ni grande, ni parisienne puisse faire ses premiers pas dans ce domaine. Les PME savent que la dimension éthique est une composante majeure de leur image et que l'attente des salariés est réelle quant à l'enrichissement de leur travail quotidien. Le mécénat s'impose comme un vecteur de dialogue avec la société.

Vous décrivez un monde idéal. Mais concrètement, pouvez-vous convaincre les entreprises petites et moyennes ?

Le mécénat n'est pas l'affaire des seules grandes entreprises. Les PME sont ouvertes à l'idée de faire du mécénat. Une sur quatre aujourd'hui déclare, selon notre dernière enquête conduite avec le CSA, en faire et près d'une sur deux a déjà des relations avec le secteur associatif. Certaines idées reçues doivent être combattues. Le secteur marchand et non marchand ne sont pas antinomiques et le monde associatif n'est pas culturellement et professionnellement si éloigné du monde de l'entreprise. Je crois profondément que le mécénat d'entreprise dessine une zone d'intersection entre l'entreprise et l'intérêt général.

Pour les PME, c'est un nouveau champ d'expériences qui va bien au-delà du volet communication en devenant un outil stratégique de responsabilité sociale. Le mécénat de proximité est un mécénat écologique au sens étymologique du terme car il s'agit pour l'entreprise d'agir sur son milieu. Il s'inscrit dans une perspective large qui englobe l'innovation et le développement durable. Nous observons que de plus en plus de petites entreprises souhaitent mutualiser moyens et compétences autour de partenariats structurants afin de répondre ensemble à des enjeux locaux forts.

Pourquoi adhérer à Admical aujourd'hui ?

Depuis 30 ans, nous sommes indissociables de l'évolution du mécénat d'entreprise en France. Durant toute cette période, et cela ne va pas cesser, notre association a servi de référence. D'abord par notre rôle dans la représentation et la défense des entreprises mécènes auprès des pouvoirs publics. Ensuite comme acteur actif, identifié et légitime auprès du monde législatif et réglementaire mais aussi des médias, nombreux à s'interroger aujourd'hui sur le renouveau et les frontières du mécénat. Enfin parce que nous sommes une association qui fonctionne essentiellement grâce aux cotisations des membres dont nous défendons les intérêts. Je souligne par ailleurs, et ce n'est pas le moins important, que notre statut de reconnaissance d'utilité publique et la neutralité qui le caractérise nous permettent d'être un acteur clé de l'accompagnement des entreprises dans la mise en place et la réflexion de leur politique de mécénat. Notre position au cœur du paysage des entreprises mécènes, de tous secteurs et de toutes tailles font d'Admical un laboratoire incomparable des pratiques, des techniques et des innovations dans ce vaste secteur. Ce qui anime nos actions, dans les domaines de la production de contenus, de la formation, de l'animation de conférences et colloques, ce sont les services que nous proposons à nos adhérents pour qu'ils se sentent membres d'un club dispensant des prestations professionnelles de qualité. Par notre action, nous souhaitons que nos adhérents puissent faire reconnaître leur mécénat comme un levier stratégique dans leur entreprise ●

**Propos recueillis par
Claude Tezenas du Montcel**