



© Marais du Vigueirat

Les niches du mécénat vert

« L'environnement, c'est un mécénat de niches » estime David Sève, directeur de la fondation Nature et découvertes... De fait, les niches sont nombreuses et on peut se demander qui sont aujourd'hui les grands mécènes de l'environnement. Il y a d'abord ceux dont les métiers sont en cohérence avec les grands éléments, l'eau, l'air, la terre, le feu et l'énergie par exemple. Mais aussi ceux qui ressentent la nécessité de compenser les conséquences de leur activité industrielle par un geste en faveur de la planète.

Trois grandes voies d'accès mènent au mécénat vert. La première, la plus large, qui bénéficie des deux tiers des actions, est celle de l'éducation : soutien d'associations, formation et information, interventions scolaires, elle passe aussi par les actions de proximité et fait souvent bon ménage avec des actions de solidarité. Quelques exemples : Gaz de France soutient des initiatives d'insertion par l'environnement, comme « La ferme de Brécourt » qui accueille des jeunes en rupture sociale ou familiale dans le Parc du Vexin, ou « En passant par la montagne » qui emmène en haute montagne des jeunes exclus ou handicapés. Plus visible, l'action de Nature et découvertes, une grosse PME qui emploie 1 000 salariés et qui s'est donné mission, à travers sa fondation, de soutenir financièrement les associations de protection des espèces et des milieux. La fondation reçoit chaque année 10 % des bénéfices de l'entreprise. Soit, pour 2005, un budget de 600 000 euros. Depuis onze ans, elle a financé près de 600 projets, elle est aussi partenaire de quelques grands militants de l'écologie, comme la Ligue pour la protection des oiseaux, le WWF, les clubs Connaître et protéger la nature, l'association Saumon ou SOS Loire vivante.

Deuxième voie d'engagement pour la planète, la préservation des sites naturels. La mer vient largement en tête avec 15 % des investissements. Le Conservatoire du littoral rafle la mise avec ses grands partenaires. Vedettes incontestées du mécénat marin, le pétrolier Total dans la biodiversité marine, le groupe Banque populaire avec un programme de préservation et de rénovation du patrimoine maritime et aquatique, et surtout le géant des lessives, Procter & Gamble, engagé dès 1992 avec le Conservatoire. Une fidélité qui se traduit par le financement d'études, de travaux de doctorat, de vingt-quatre ateliers avec publication de cahiers scientifiques, de deux atlas et la réalisation d'un site internet. Enfin, pour les néophytes, un circuit ludo-pédagogique en Camargue, le « sentier des cabanes ».

Côté terrestre, les investissements vont du micro-local tels les soutiens de la fondation Crédit Agricole-Pays de France sur le patrimoine bâti ou non bâti (rénovation d'un canal ou d'un Parc), à la mise en valeur de grands sites nationaux comme la pointe du Raz par la fondation Gaz de France, par ailleurs partenaire de la Fédération française de randonnée pédestre et grand aménageur de jardins. Enfin, les déchets, bête noire de l'écologie, peuvent eux aussi bénéficier d'encouragements financiers, comme ceux d'Onyx, d'Altis Semi conductor et Leclerc, ou plus récemment de SFR, pour la récupération des téléphones portables usagés.

Troisième terrain d'intervention, la protection des espèces. On y retrouve tout naturellement, Nature et découvertes, Procter & Gamble, Yves Rocher, mais aussi les Autoroutes du Sud, sensibles à l'avenir de la tortue d'Hermann, la seule tortue terrestre de France, Bayer France défenseur du guépard ou Patagonia des oiseaux migrateurs.

Toutes actions confondues, les principaux intervenants du mécénat vert sont les industriels de la distribution qui totalisent 40 % des investissements, loin devant les stars habituelles du mécénat culturel ou solidaire, les banquiers. ■

CLAUDE TÉZENAS DU MONTCEL, MARTHE DE LA TAILLE RIVERO - ADMICAL

Dans sa revue *Entreprises & mécénat* n° 113 de janvier 2007, Admical a publié un article, « Les niches du mécénat vert », qui approfondit le sujet. Le lecteur s'y reportera utilement.

Admical, carrefour du mécénat d'entreprise

Favoriser le développement du mécénat d'entreprise, telle est la vocation d'Admical qui accompagne les entreprises dans leur politique de mécénat sur l'ensemble du territoire français et à l'international. Longue histoire puisque l'association, fondée en 1979 et présidée par Jacques Rigaud, est à l'origine du mécénat d'entreprise en France. Elle est reconnue d'utilité publique depuis 1992. Très concrètement son rôle est triple :

- **Représenter et soutenir les entreprises mécènes.** Porte-parole des entreprises mécènes, Admical représente et défend leurs intérêts communs auprès des pouvoirs publics, des médias et des instances internationales. L'association contribue à l'amélioration du cadre juridique et fiscal du mécénat (la loi du 1^{er} août 2003 – voir article p. 12 –, inspirée par les propositions d'Admical, constitue une véritable avancée pour le mécénat en France). Pour cela, Admical s'appuie sur un réseau de correspondants et intervient chaque année dans de nombreux colloques en France comme à l'étranger.

- **Créer et animer un réseau d'échange d'expériences.** Admical s'adresse aux acteurs du mécénat : dirigeants d'entreprises ou de fondations d'entreprises, institutions, collectivités territoriales, journalistes, associations, enseignants, étudiants... Les manifestations organisées par Admical (assises internationales, concours des Oscars, conférences thématiques...) offrent l'opportunité de rencontres régulières pour confronter expériences et pratiques, faire progresser la réflexion et approfondir un thème d'actualité en y associant des experts et des témoins engagés.

- **Former et accompagner les acteurs du mécénat.** Le développement du mécénat passe par la mise à disposition d'informations et l'offre de formations spécifiques. Admical met donc à disposition un centre de ressources et un centre de formation. Le centre de ressources vise à mieux informer l'ensemble des acteurs. Des ouvrages de référence et études sont ainsi publiés. Un site internet constitue également une mine d'informations (cf. En savoir plus). Le centre de formation professionnel mobilise ses compétences pour concevoir des modules sur mesure adaptés aux objectifs des publics d'entreprises, de collectivités territoriales d'associations. « La recherche de fonds » est une session parmi d'autres. ■