



ASSEMBLÉE DES CHAMBRES FRANÇAISES
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

**DEUXIEME CHARTE NATIONALE POUR
LE DEVELOPPEMENT DU MECENAT CULTUREL**

ENTRE

LE MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

ET LE

L'ASSEMBLEE DES CHAMBRES FRANÇAISES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

- Le Ministre de la Culture et de la Communication,
Monsieur Frédéric MITTERRAND,

D'une part,

Et,

- Le Président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie,
Monsieur Jean-François BERNARDIN,

D'autre part,

Préambule

La diversité de la culture française est le fait de la société tout entière. L'entreprise y occupe le rang primordial de créateur de richesses et d'activités qui nourrissent l'économie. Cette économie est constituée d'hommes et de femmes qui produisent, consomment, s'adonnent à des loisirs et partagent des activités créatrices et culturelles qui les rassemblent.

L'attrait du territoire national et la bonne santé de l'industrie française du tourisme reposent en grande partie sur la haute qualité de son patrimoine culturel, qu'il soit ancien ou récent, qu'il soit physique ou immatériel. En complément de l'intervention de l'Etat et des collectivités, la conservation et le développement de ce patrimoine ne peuvent plus aujourd'hui se concevoir sans la participation de tous, individus et entreprises.

A l'enjeu économique de la culture s'ajoute l'atout qu'elle représente dans l'ère de la connaissance et de l'intelligence. Dans la compétition internationale, la culture est plus que jamais un facteur d'attractivité de la France et de ses territoires, pour tous ceux qui veulent y travailler, investir et déployer leurs talents.

Les Chambres de commerce et d'industrie, vecteurs du développement économique, l'ont compris. Elles partagent l'idée que l'attractivité des territoires est essentielle à la réussite économique. Ainsi considèrent-elles que le mécénat culturel peut être un facteur de compétitivité et d'excellence. C'est pourquoi elles se sont rapprochées des milieux culturels, ont créé des clubs et des fondations d'entreprise, ont œuvré au soutien d'actions artistiques innovantes...

Dans ce contexte très favorable, le ministère de Culture et de la Communication a souhaité renforcer ses liens sur le terrain avec les Chambres de commerce et d'industrie afin que celles-ci contribuent, à ses côtés, au développement de relations de partenariat en sensibilisant les entreprises, et particulièrement les PME, à la démarche du mécénat culturel. A cette fin, une Charte pour le développement du mécénat a été signée, le 15 mars 2005, pour une durée de trois ans, entre le ministre de la Culture et de la Communication et le président de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'industrie.

Les objectifs fixés étaient les suivants :

- procéder à la désignation d'un « correspondant mécénat » dans chacune des Chambres de commerce et d'industrie (CCI) ;
- faire connaître auprès des entrepreneurs les dispositifs incitatifs de la loi du 1^{er} août 2003 ainsi que les avantages du mécénat culturel ;
- favoriser les contacts entre les CCI et les acteurs culturels de leurs territoires et communiquer les meilleures expériences de partenariat.

Ces objectifs ont été en partie atteints :

- Soixante-quinze (75) « correspondants mécénat », élus ou collaborateurs, ont déjà été nommés dans les CCI ;
- des contacts entre les CCI et les directions régionales des affaires culturelles ont été instaurés : 35 conventions territoriales ont été signées avec les DRAC et plusieurs autres sont en préparation ;
- un dossier de présentation de la loi du 1^{er} août 2003 et de ses avantages a été proposé par la quasi-totalité des CCI dans leurs revues à destination de leurs entreprises ressortissantes et de leurs partenaires ; quatre encarts de la revue nationale des CCI, *L'Interconsulaire*, dédiés à des actions exemplaires de mécénat locales ou régionales ont été produits par l'ACFCI et largement diffusés ;
- la participation de l'ACFCI au Salon du Patrimoine culturel au Carrousel du Louvre à Paris a permis de faire connaître au grand public, lors des éditions 2007, 2008 et 2009, des opérations partenariales CCI/acteurs culturels en faveur du mécénat (Espace musical haut-normand pour le soutien à la restauration et l'achat d'instruments de musique prêtés à de jeunes interprètes ; opération « Cluny 2010 » ; opération « Adoptez un livre » des bibliothèques de la ville de Compiègne qui a débouché sur deux conventions de mécénat) ;

- un document d'information « Mécénat culturel : mettez votre entreprise sur le devant de la scène ! », élaboré en commun en 2007 par l'ACFCI, la mission du mécénat du ministère de la Culture et de la Communication, la DRAC et la CRCI de Picardie et l'Ordre des experts-comptables, continue de faire l'objet d'une très large diffusion auprès des PME-PMI ;
- des réunions annuelles ont été organisées par la mission du mécénat et l'ACFCI pour coordonner l'action des correspondants mécénat des CCI et de ceux du réseau culturel et faire connaître les bonnes pratiques ; un très grand nombre de rencontres ont été organisées en région, par les DRAC, la mission du mécénat et les CCI, pour certaines avec d'autres partenaires institutionnels du ministère ou des CCI (experts-comptables, notaires, avocats ...) afin de mettre en relation acteurs économiques et responsables et porteurs de projets culturels ;
- des prix annuels ont été institués en Picardie et Midi-Pyrénées pour valoriser les PME-PMI ayant engagé des démarches de mécénat exemplaires...

Prenant acte du développement important du mécénat culturel en France depuis la mise en œuvre de la loi du 1^{er} août 2003 et soucieux de soutenir cette évolution, le ministère de la Culture et de la Communication et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie ont décidé d'un commun accord de poursuivre l'action ainsi engagée.

Il a donc été convenu entre les parties de signer, pour les cinq années à venir, une deuxième charte nationale pour le développement du mécénat culturel en poursuivant les actions déjà engagées et en développant de nouveaux objectifs.

Il a été décidé ce qui suit :

Article 1. Relayer au plan régional et départemental le protocole national

Pour assurer une meilleure application des engagements pris dans le cadre du présent protocole national, des conventions pour le développement du mécénat culturel seront, dans toute la mesure du possible, signées par les DRAC et les CRCI et CCI dans les départements et les régions où ces conventions, prévues par le précédent protocole national en date du 15 mars 2005, n'auraient pas encore été conclues. Le réseau consulaire jugera de l'échelon pertinent pour signer ces conventions et mettre en œuvre les actions.

Article 2. Poursuivre la diffusion auprès des chefs d'entreprises des dispositifs incitatifs de la loi du 1^{er} août 2003 et des avantages du mécénat culturel

L'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie et la mission du mécénat de la direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la Culture et de la Communication s'engagent à produire dès le 1^{er} semestre 2010 au moins un nouveau document d'information sur le mécénat culturel à l'intention des PME-PMI. Il pourra s'agir :

- soit d'un « kit mécénat » en format papier et/ou numérique présentant la législation en vigueur et ses modalités d'application dans le domaine culturel ;
- soit d'un ouvrage rassemblant des témoignages de dirigeants de PME-PMI dont la démarche de mécénat est particulièrement exemplaire, suivis d'annexes pratiques sur la législation et son application.

Ces deux projets pourraient également être menés en parallèle, sous réserve de la disponibilité des financements nécessaires. Ces publications sont appelées à faire l'objet de rééditions avec mises à jour pendant la durée de la présente charte.

Article 3. Promouvoir le mécénat collectif

Afin de soutenir de manière durable et renforcée le financement de la vie culturelle et de la sauvegarde du patrimoine, les CCI sont invitées à promouvoir, en liaison avec les directions régionales des affaires culturelles, les outils d'organisation collective du mécénat d'entreprise sur leurs ressorts territoriaux, voire en interdépartemental ou en interrégional. A ce titre, la mise en place de « pôles mécénat » régionaux ou interrégionaux, fondés sur le principe de mutualisation des moyens d'action, sera encouragée. Les Chambres de Commerce et d'Industrie et les DRAC seront, par ailleurs, amenées à mieux faire connaître les différentes formes du mécénat, en numéraire mais aussi en nature ou en compétence.

En fonction de la nature et de l'importance des projets, ces initiatives pourraient prendre par exemple la forme de clubs d'entreprises informels ou associatifs, de fondations reconnues d'utilité publique, de fondations abritées, de fondations d'entreprise ou de fonds de dotation.

Article 4. Organiser des rencontres et des évènements de nature à favoriser la promotion du mécénat culturel

Les correspondants « mécénat » des CCI et des directions régionales des affaires culturelles poursuivront leurs efforts pour organiser, de préférence dans des lieux culturels ou de patrimoine et éventuellement en collaboration avec leurs homologues des autres institutions partenaires du ministère de la Culture et de la Communication (experts-comptables, notaires...), des rencontres et événements de nature à favoriser le rapprochement entre les acteurs et porteurs de projets culturels régionaux et locaux et les responsables d'entreprises susceptibles d'être intéressés par le mécénat culturel. Ils associeront leurs efforts pour assurer la plus large communication à ces rencontres à l'échelle locale, régionale ou nationale. Ces rencontres territoriales pourront sous certaines conditions avoir des implications et des développements au niveau international (notamment dans les régions frontalières).

Article 5. Sensibiliser au mécénat les réseaux d'écoles des CCI

Le réseau consulaire est le deuxième formateur national après l'Education nationale. Il gère de nombreux réseaux d'établissements d'enseignement supérieur (Ecoles Supérieures de Commerce, Ecoles de Gestion des Cadres, filières de « bachelors »...). Ces étudiants, futurs cadres ou chefs d'entreprise, pourraient être utilement sensibilisés aux avantages du mécénat culturel pour en devenir en temps opportun des prescripteurs. Par ailleurs, si les directeurs d'établissements le souhaitent, les compétences des étudiants pourraient être mobilisées ponctuellement dans le cadre d'accords de partenariat avec les DRAC afin de travailler de façon opérationnelle à l'ingénierie de projets : communication sur des campagnes de mécénat, enquêtes sur les pratiques locales de mécénat, voire recherche de fonds.

Article 6. Animer la Charte et favoriser les échanges d'expériences

L'ACFCI et la mission du mécénat sont chargées de l'animation et du suivi d'application de la présente charte.

L'ACFCI et la mission du mécénat favoriseront notamment les échanges d'expériences entre les correspondants « mécénat » des CCI et ceux des directions régionales des affaires culturelles, voire ceux des autres institutions partenaires du ministère de la Culture et de la Communication (notaires, experts-comptables...) par l'organisation de réunions annuelles d'information et d'échanges de vues et par tous les autres moyens de communication qui seront jugés utiles (forums, intranets de communauté, médias presse, guides des bonnes pratiques). Il s'agit de permettre aux acteurs concernés de s'appuyer sur un réseau formel ou informel auquel ils participeront activement.

Article 7. Appui

Les correspondants « mécénat » des CCI auront la possibilité de saisir la mission du mécénat sur toutes questions relatives à la législation en vigueur, à son application et aux pratiques du mécénat.

Article 8. S'assurer de la réalisation des objectifs du présent protocole

Le suivi et l'animation de la présente convention seront effectués dans le cadre d'une concertation régulière entre les parties. La mission du mécénat et l'ACFCI procéderont chaque année, à l'automne, au recensement des différentes actions menées en région dans le cadre de l'application du présent protocole et en assureront la communication auprès de leurs institutions respectives.

Article 9. Durée

La présente charte est conclue pour une durée de cinq années à compter de sa signature, renouvelable par accord exprès entre les parties.

Fait à Paris le 20 avril 2010
En deux exemplaires originaux

Le Président de
l'Assemblée des Chambres Françaises
de Commerce et d'Industrie

Jean-François BERNARDIN

Le Ministre de la Culture et de la
Communication

Frédéric MITTERRAND