

# Les Rencontres de BNP Paribas

## LE MECENAT

- UNE RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE -

---

Compte-rendu de la réunion du 17 juin 2008

## **LISTE DES INTERVENANTS**

### *Conférence :*

**M. Jacques RIGAUD**  
Ancien Président de l'Admical  
Conseiller d'Etat honoraire

**M. François DEBIESSE**  
Président de la Fondation BNP PARIBAS

François DEBIESSE a l'honneur d'accueillir Jacques RIGAUD considéré comme le père du mécénat en France. D'abord véritable *homme d'action*, Jacques RIGAUD s'est investi dans tous les domaines, que ce soient ceux de la vie publique française (Ministère de l'Agriculture, Ministère des Affaires Culturelles, UNESCO) ou de l'entreprise (RTL). Il s'implique encore aujourd'hui dans de nombreuses institutions culturelles, notamment au sein de « La Chartreuse » ou du Festival de Cannes. Il a contribué à faire naître ADMICAL, qui a joué un rôle si important dans l'évolution du mécénat en France. Mécénat auquel il a dédié toute son énergie tout au long de sa carrière. *Homme de lettres* également, Jacques RIGAUD s'est investi dans toutes les formes de la vie de l'esprit. Il a publié à ce titre de nombreux ouvrages. Enfin, Jacques RIGAUD est un *homme de bien*, un humaniste, et continue à manifester une envie de comprendre l'homme sous toutes ses formes.

## **INTERVENTION DE M. JACQUES RIGAUD**

---

Récemment, le Figaro publiait un article sur les entreprises préférées des jeunes diplômés. Il apparaissait que l'engagement des entreprises dans le mécénat et, plus généralement, dans la responsabilité sociétale était devenu (ce qui n'aurait pas été imaginable, il y en avait encore quelques années) un des critères de choix des candidats aux postes de jeunes managers. Jacques RIGAUD y voit un des signes notables d'une des mutations les plus importantes de nos sociétés. Pour avoir, en effet, à la fin des années 70, imaginé avec quelques amis la possibilité de développer en France le mécénat d'entreprise, il est à même de mesurer le chemin parcouru.

En effet, à l'époque (tout du moins en France) la notion de mécénat était tout à fait ignorée, que ce soit de la part de l'Administration, des entreprises, et même des éventuels bénéficiaires. Toute personne qui se permettait de rappeler, il est vrai d'une façon maladroite, aux entreprises leur rôle « citoyen », se heurtait à leur incompréhension. Quant au mécénat culturel, celui-ci était l'affaire de l'Etat. Certes la Fondation de France, créée à l'initiative d'André Malraux, jouait un rôle fondamental comme réceptacle de la générosité des personnes. Cela étant, hormis certaines initiatives isolées de la SACEM ou du Crédit Agricole, le mécénat d'entreprise n'existait pas en France. On peut même dire qu'il était regardé comme n'ayant pas sa place dans le système français

C'est dans ce contexte que Jacques RIGAUD décida avec un certain nombre de partenaires, de manière, probablement, « complètement irresponsable et un peu folle », de créer une association pour le développement du mécénat industriel et commercial : l'ADMICAL. Les fondateurs se sont jurés de ne rien demander à l'Etat. Le statut juridique et fiscal du mécénat étant méconnu, complexe, assez risqué et peu incitatif, il fut décidé de « créer le mouvement en marchant », d'avancer pas à pas, quitte à se retourner ensuite vers l'Etat pour lui demander d'en tirer les conséquences. Après un démarrage assez modeste mais encourageant, le mécénat d'entreprise s'est développé pour atteindre, avec la loi de 2003, un véritable statut de plein exercice.

### **Le Mécénat : une définition.**

**Le mécénat est l'acte par lequel une personne physique ou morale choisit librement d'affecter une partie de ses ressources à une action d'intérêt général ou concernant le bien commun, dans un ou plusieurs domaines et par les moyens de son choix. Le mécénat est donc un acte libre. C'est aussi un acte désintéressé au sens financier ou commercial.**

Bien évidemment, l'expérience prouve que le désintéressement absolu est à la fois la forme la plus pure et la plus rare du mécénat. Le souci de la gloire, le calcul politique, la recherche de la renommée, la bonne conscience ou la recherche du prestige sont autant de moteurs. Il n'y a pas d'histoire sainte du mécénat. Mais des mécènes de la Rome antique aux Médicis et aux banquiers et industriels du XIXe siècle, tous ont contribué au développement de ce geste de générosité et, en tout état de cause, de soutien aux œuvres de l'esprit.

La France constitue néanmoins un cas spécifique. C'est une nation constituée autour de son Etat, lequel a acquis une visibilité et une part d'initiative que l'on ne retrouve pas avec une telle ampleur dans les autres démocraties libérales. Par conséquent, tant dans le domaine de la culture que de la solidarité, le réflexe normal est de faire appel d'abord à l'Etat. Il en résulte que le fait même d'en appeler à l'engagement des personnes physiques et morales est un acte qui, s'il n'est pas révolutionnaire, n'en demeure pas moins inhabituel, voire insolite.

### **Le mécénat : Un bienfait pour l'entreprise.**

Chacun sait qu'une entreprise ne peut pas se permettre d'être philanthrope. La notion de « philanthropic Business », apparue aux Etats-Unis, semble contradictoire dans ses termes. Toutefois, M. RIGAUD n'a cessé de rappeler aux entreprises qu'un engagement désintéressé peut leur être bénéfique, si elles n'en attendent aucune retombée financière et commerciale directe et mesurable. Bien évidemment, les actions qui seront menées ne peuvent être, en termes financiers, que marginales. Il n'en demeure pas moins que l'expérience prouve que **le mécénat présente de tels bienfaits pour l'entreprise qu'il se transforme vite en engagement durable et que la décision de le poursuivre et de le développer ne peut que devenir stratégique.**

**Le mécénat constitue en effet pour l'entreprise une occasion unique de réfléchir sur son identité**, sur l'image qu'elle se fait d'elle-même et celle qu'elle propage à l'extérieur, mais également sur son rôle économique et sociétal. Le mécénat enrichit sa communication et lui permet d'apparaître là où l'on ne l'attend pas. Il met l'entreprise en rapport avec des partenaires du monde culturel, de ceux de la solidarité ou de la recherche, des partenaires qui ont un autre langage, véhiculent d'autres valeurs ou méthodes. L'entreprise peut leur apporter, au-delà de sa prestation, un peu de sa rationalité. Ils lui apporteront un peu de leur « folie », de leur utopie. Le fait d'entretenir des relations avec des personnes qui sont en contact avec les détresses et les violences de nos sociétés peut être l'occasion pour l'entreprise d'imaginer des nouvelles réponses aux besoins et aux attentes de ses publics actuels et potentiels.

Pour toutes ses raisons, **le mécénat, si marginal soit-il par rapport à son « core business », est pour l'entreprise un vecteur de développement.** L'émergence de la notion d'engagement sociétal de l'entreprise est un élément fondamental. L'entreprise n'est plus seulement une communauté humaine qui met sur le marché un certain nombre de biens et de services. L'entreprise est immergée dans une société, répondant à l'intérêt général et plus encore au bien commun.

**Le mécénat s'est non seulement développé, mais l'exemple de la Fondation BNP-PARIBAS montre à quel point il s'est professionnalisé.** Il joue désormais un rôle croissant dans l'innovation et le changement. En témoigne la somme d'actions nouvelles développées dans les domaines de l'environnement, de la solidarité, de la culture et de la recherche. Le mécénat a, depuis la loi de 2003, doublé en volume. Il n'est plus, contrairement aux idées

reçues, l'apanage des grandes entreprises. Les PME jouent aujourd'hui, seules ou à plusieurs un rôle très important. Se développe également une nouvelle forme de mécénat entrepreneurial. Ainsi certains jeunes entrepreneurs, fortune faite, se lancent dans le mécénat non pas au nom de leur entreprise mais à titre personnel. Si l'entreprise ne peut se permettre d'être philanthrope, rien n'interdit plus aux acteurs de l'entreprise d'avoir un esprit philanthropique, c'est-à-dire l'amour du bien commun, le respect de l'autre, le souci d'apporter son aide

Le mécénat est un acte libre. La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) est, quant à elle, régulée en France par la loi de 2001 sur les Nouvelles Régulations Economiques, dite « NRE » qui demande aux entreprises d'intégrer dans leur politique les conséquences sociales et environnementales de leurs propres activités économiques. **Ainsi si la RSE exprime une forme de « devoir », le mécénat exprime un « vouloir ».** Le mécénat d'entreprise est avant tout le signe d'un état d'esprit particulier, de l'ouverture de l'entreprise sur son environnement, de sa perméabilité aux injonctions de la société. Le Développement Durable est une valeur nouvelle qui est et sera de plus en plus intégrée dans le mode de fonctionnement des entreprises qui se doivent d'aligner leurs stratégies sur les besoins de la société civile. Cet alignement s'exprime sous la forme d'un dialogue permanent dont le mécénat est un élément.

### Quelques chiffres à retenir

Le mécénat a connu ces dernières années, sous l'impulsion notamment d'ADMICAL un développement important. Plus de 290 fondations ont été créées par des entreprises à ce jour en France, alors qu'elles n'étaient que 120 en 2003 (et 60 en 1998). L'enquête annuelle réalisée par l'ADMICAL en partenariat avec le CSA relève **que l'ensemble du mécénat des entreprises représente environ 2,5 milliards d'euros en 2007** (enquête disponible sur [www.admical.org](http://www.admical.org)). Tous les domaines d'intervention en profitent, culture et solidarité en tête. Cela étant dit, l'élargissement et la diversité des pratiques se confirment. Quelque 23% des firmes de 20 salariés et plus sont mécènes (soit 30 000 entreprises) et, contrairement aux idées reçues, 73% des entreprises mécènes sont des PME. 47% des entreprises agissent dans le domaine de la solidarité avec 32% du budget et 36% des entreprises agissent dans le domaine de la culture avec 39% du budget.

Cette enquête permet de conclure que s'il y a encore 5 ans la communication des entreprises portait essentiellement sur la qualité de leurs produits, celle-ci porte de plus en plus sur leurs valeurs. Sachant que le consommateur, devenu citoyen, est aujourd'hui de plus en plus sensible à cette nouvelle forme de communication, laquelle se trouve validée par les actions de mécénat qui sont menées. En d'autres termes, **le mécénat permet au consommateur-citoyen de résoudre la contradiction entre son désir d'achat et ses attentes en matière d'éthique.**

### La Fondation BNP-PARIBAS

La création de la Fondation BNP PARIBAS en 2000 est l'exemple même des évolutions précitées. Elle est le fruit du rassemblement de l'action de deux mécènes. La Fondation Paribas avait été créée en 1984, l'objectif étant de mettre les savoir-faire de la Banque Paribas au service de causes qui ne relèvent pas des domaines traditionnels d'interventions d'un établissement bancaire. Les orientations de fonds retenues à l'époque peuvent paraître surprenantes : la découverte et l'accompagnement. La Fondation engageait ainsi l'Etablissement sur des chemins qui ne lui étaient pas connus (la culture, l'environnement et la santé) traduisant son envie de prendre des risques (ce qui peut effectivement paraître bizarre pour un banquier). L'investissement de l'Entreprise ne devait pas se réduire à un simple chèque. La Fondation apportait un conseil, un accompagnement. Une philosophie

prenait forme : « **Le mécénat ne peut être ponctuel et l'entreprise se doit d'être présente dans tous les moments de la vie de son partenaire** ».

La BNP avait choisi de son côté de développer un mécénat en régie directe, sans passer par l'intermédiaire d'une Fondation. Toutefois les domaines développés par les deux groupes étant similaires, il s'est avéré possible de rassembler les actions envisagées au sein d'une Fondation unique. François DEBIESSE sait particulièrement gré à Monsieur PEBEREAU, Président de BNP PARIBAS, d'avoir perçu, dès le premier jour, qu'il était nécessaire de préserver l'efficacité des actions de mécénat développées par les deux maisons, permettant ainsi à la toute récente Fondation de connaître un nouveau départ et de s'inscrire de manière exemplaire dans l'histoire du Groupe qui venait d'être créé.

### **Les domaines d'intervention privilégiés du mécénat**

La culture est le domaine traditionnel du mécénat, celui dans lequel le plus grand nombre d'entreprises s'engageait, notamment dans les années 80. Le mécénat s'est ouvert, à partir des années 90, au domaine de la solidarité, lequel regroupe deux notions différentes : celle du mécénat « humanitaire » et celle du mécénat social de proximité. Puis, en 1996, avec l'arrivée de politiques de mécénat portées par des entreprises comme GDF, Yves Rocher, le domaine de l'environnement est devenu une thématique d'action à part entière. Maintenant, les entreprises s'investissent dans le mécénat sportif (Décathlon, Lacoste...), la recherche médicale et scientifique.

Les entreprises évoluent dans un monde de plus en plus complexe et il n'existe plus de frontières étanches entre les différents domaines d'intervention. **C'est ainsi que le mécénat se développe aujourd'hui à la croisée de différents domaines.**

### **Le mécénat de solidarité plébiscité par les entreprises**

**Le mécénat de solidarité, qui avait connu des débuts timides, est aujourd'hui entré dans une phase de pleine maturité,** sachant que la légitimité interne des actions développées dans ce domaine est devenue beaucoup plus importante maintenant qu'elle ne l'était par le passé. À ce titre, M. DEBIESSE souligne l'ensemble des actions qui sont menées en faveur de la jeunesse. Les valeurs véhiculées par le mécénat sont en parfaite adéquation avec le rôle que veulent tenir des entreprises tournées vers l'avenir. L'entreprise, par nature, ne peut pas ignorer la jeunesse, et le mécénat constitue pour elle un moyen de rencontre permanente avec les différentes problématiques de ce public. Les événements survenus dans les banlieues en novembre 2005 n'ont pas laissé les entreprises indifférentes. Elles ont pris la mesure des besoins d'une jeunesse laissée pour compte et leur politique de mécénat s'en est trouvée durablement infléchie. À l'occasion d'audit interne **il a été relevé que les thèmes liés à la protection des droits de l'enfant sont de plus en plus plébiscités par les employés, qui sont d'ailleurs prêts eux-mêmes à s'investir dans ce domaine.**

L'aide au retour à l'emploi est également inscrite au titre des priorités des entreprises mécènes, domaine dans lequel elles peuvent bien évidemment agir en toute légitimité. Les actions développées sont extrêmement diverses. La maîtrise des langues, par exemple, est un facteur-clé. La lutte contre l'illettrisme, qui concerne aujourd'hui plus de 2,3 millions d'adultes en France (chiffres INSEE), est également une priorité absolue. Il est également à noter que les entreprises qui consacrent leurs actions de mécénat à l'emploi soutiennent souvent des structures dédiées à l'intégration professionnelle égalitaire.

Après les émeutes de novembre 2005, la Fondation BNP PARIBAS a quant à elle décidé de lancer un projet spécifique pour intervenir dans les banlieues et faciliter l'insertion des jeunes défavorisés. Le « Projet Banlieues » est centré autour de trois axes :

- soutien à l'ADIE (Association pour le Droit à l'Initiative Economique intervenant dans le domaine du microcrédit) ;
- soutien à l'AFEV (Association de la Fondation Etudiante pour la Ville) qui recrute des étudiants pour assurer un soutien scolaire personnalisé à des jeunes issus de quartiers difficiles ;
- soutien à des projets d'initiatives locales via un accompagnement à des associations de terrains dans différents domaines en banlieue, sachant que seul le travail de proximité permet de progresser.

## **L'émergence du domaine de la santé**

La santé constitue un axe très important des actions qui sont menées tant en France qu'à l'étranger par les entreprises. Les laboratoires et groupes pharmaceutiques sont traditionnellement et naturellement très présents dans ce domaine. Les exemples sont multiples et variés. Sanofi Aventis s'est ainsi associé à la lutte contre le paludisme, maladie parasitaire contre laquelle il n'existe aucun vaccin, par la mise à disposition de dérivés de quinine. Le groupe pharmaceutique a également créé un programme de formation des acteurs locaux de la santé et d'information de la population.

Il faut noter la tendance nouvelle au développement des **actions croisées culture / solidarité**, dont des actions comme l'Art à l'hôpital est un bel exemple. Les Ministère de la Culture et de la Santé ont lancé le programme « Culture à l'hôpital », programme qui reçoit au travers d'un Cercle de partenaires, le soutien de nombreuses entreprises et fondations mécènes.

La recherche médicale est un des piliers des actions menées par la Fondation BNP PARIBAS. En écho au parrainage du Téléthon par la banque, la Fondation s'est investie pendant de nombreuses années auprès du Centre de Génétique de l'hôpital Necker Enfants Malades. Aujourd'hui, la Fondation épaulé une dizaine d'équipes de chercheurs en partenariat avec l'Institut Curie, l'Institut Pasteur et la Fondation pour la Recherche Médicale.

## **La culture : un domaine toujours privilégié.**

**La culture a toujours été le domaine privilégié des grands mécènes privés, avant de devenir celui des entreprises.** En s'impliquant dans la société civile par le biais de la culture, les entreprises s'intéressent au fondement de la société dans laquelle elles évoluent. Le champ d'intervention dans ce domaine est extrêmement vaste. L'entreprise peut se rapprocher soit de l'histoire et de son patrimoine, soit à son époque en se frottant à des artistes et des créateurs contemporains.

La Fondation BNP PARIBAS a toujours été active dans ce domaine et ses choix illustrent bien cette volonté de « prendre des risques » évoquée précédemment. En effet, elle a toujours su orienter ses actions vers des domaines d'intervention peu prisés par le mécénat d'entreprise, la danse contemporaine par exemple. Ainsi, la Fondation a accompagné pendant plus de quinze ans, depuis 1989, Angelin PRELJOCAJ, considéré aujourd'hui comme une des grandes valeurs de l'art chorégraphique en France. Ce partenariat a pris des formes diverses, la compagnie PRELJOCAJ proposant des actions de sensibilisation à la danse dans les quartiers difficiles du Sud de la France. Dans le domaine musical, la Fondation s'oriente vers

des musiciens et des ensembles de Jazz. Cela étant dit, la Fondation soutient également la musique baroque et classique ; ainsi elle a soutenu les « Chemins du Baroque » qui s'efforce de faire renaître et découvrir le patrimoine musical baroque d'Amérique Latine que l'on croyait définitivement perdu. Enfin, la Fondation développe un certain nombre d'actions dans le domaine totalement inexploré du cirque. Le secteur de la culture offre à la Fondation BNP PARIBAS l'opportunité de jouer un rôle complet de mécène alliant soutien financier et accompagnement.

### **Quelques principes de management.**

Le mécénat n'est plus « le fait du prince ». Tout est mis en œuvre pour que cet aspect soit éliminé. Le mécénat est désormais mis en œuvre à travers des principes de fonctionnement très codifiés. Ainsi la Fondation de France – qui accueille la Fondation BNP PARIBAS dispose d'un comité exécutif, véritable organe de décision qui regroupe à la fois des membres du groupe et des experts extérieurs. La Fondation BNP-PARIBAS est animée au quotidien par une équipe de personnes de qualité, dirigée par Madame Martine TRIDDE, dont M. DEBIESSE salue l'engagement. Elles ont développé leur expérience et leur savoir-faire, ce qui contribue à garantir la pérennité et la stabilité, voire la croissance régulière des actions de mécénat.

### **À quoi sert le mécénat ? En quoi sert-il l'entreprise ?**

**Le mécénat est un échange gagnant-gagnant entre l'entreprise et la société civile.** Le mécénat permet, par ailleurs, de fédérer le personnel d'une entreprise et représente à ce titre un facteur de ciment social. À l'heure des fusions et des plans de licenciement, le mécénat d'entreprise est de plus en plus un outil de communication interne, voire de gestion des ressources humaines. Les entreprises souhaitent aujourd'hui la participation active des salariés à leurs politiques de mécénat. Pour cela, elles développent différents modes d'implication : consultation des salariés ; propositions ; parrainage de projets ; création de clubs de bénévoles. L'entreprise apprécie particulièrement de nos jours deux méthodes d'association du personnel : le mécénat associé qui consiste en une implication financière du personnel en faveur de projets que leur entreprise abondera ; et, le mécénat de compétences qui permet la mise à disposition du savoir-faire et des compétences des salariés au bénéfice d'un organisme.

La Fondation BNP PARIBAS consacre ainsi une partie de son enveloppe budgétaire aux projets d'associations où sont engagés des salariés du groupe, le programme « Coup de pouce aux projet du personnel ».

En guise de conclusion, François DEBIESSE souligne que les enjeux du mécénat sont et resteront importants. À l'heure où les états n'ont plus d'argent et les causes d'intérêt général sont en permanence à la recherche de fonds supplémentaires, le mécénat d'entreprise a fait la preuve de l'efficacité des actions qu'il mène. Plus personne ne croit aux grandes révolutions, plus personne ne croit au « Grand soir ». Les actions qui compteront seront celles qui permettront à la société d'avancer à petit pas.

La réussite d'une politique de mécénat repose sur trois ingrédients : l'engagement de l'entreprise, la rencontre avec les partenaires et l'accompagnement dans la durée. Le mécénat apporte à un groupe comme BNP PARIBAS un petit « supplément d'âme ». Car comme le souligne François DEBIESSE, reprenant la « signature » de la Fondation BNP PARIBAS :

*« On peut perdre en prêtant, mais en donnant jamais »*

---

### **Comment s'organisent l'offre et la demande de mécénat ?**

Jacques RIGAUD précise que les actions de mécénat sont bien souvent le fruit de rencontres. Le rôle d'ADMICAL n'est pas de s'interposer entre l'offre et la demande de mécénat, mais à faciliter la connaissance. À ce titre, le Répertoire du Mécénat d'entreprise— devenu au fil du temps un véritable bottin - publié tous les deux ans est consultable par l'ensemble des entreprises et des porteurs de projets. Par ailleurs, le Ministère de la Culture a créé une Mission Mécénat et organise de nombreuses rencontres. La Fondation de France est également un lieu de ressources et de données pour le mécénat. Quoi qu'il en soit, rien ne vaut le contact direct. Jacques RIGAUD n'hésite pas à ce titre à conseiller aux petites et moyennes entreprises à la recherche de projets et qui le consultent d'ouvrir leurs fenêtres, d'ouvrir leurs yeux et de découvrir dans leur environnement immédiat des causes dignes d'intérêt. De surcroît, il existe aujourd'hui une forme de mimétisme et les actions exemplaires menées dans le cadre du mécénat se diffusent d'elles-mêmes.

François DEBIESSE croit beaucoup à cette notion d'exemplarité. Les besoins à couvrir sont colossaux et la Fondation BNP PARIBAS croule sous les demandes. Les enjeux sont tels, que les entreprises ne seront pas en mesure de les couvrir intégralement. Cela étant dit le sujet de ces échanges portaient sur le mécénat d'entreprise. Il rappelle qu'il existe d'autres acteurs du financement privé : en 2006, le mécénat d'1 million des individus les plus fortunés du monde représentait plus de 250 milliards de dollars. C'est pourquoi avec sa casquette de Directeur de la Banque Privée du groupe, il a initié une offre philanthropie pour répondre aux désirs philanthropiques des clients fortunés.

### **Quelle est la place du mécénat dans les économies émergentes ?**

Jacques RIGAUD n'est pas en mesure de répondre à cette question. Cela étant dit, il est persuadé que le mécénat existe que ce soit en Chine, en Inde ou dans d'autres pays émergents. Il n'en connaît ni le statut, ni le niveau de développement. Quoi qu'il en soit, l'idée de libre engagement au service du bien commun dans des domaines choisis se répandra certainement, si ce n'est pas déjà le cas.

### **Comment sont organisées les ressources de la Fondation BNP PARIBAS ?**

François DEBIESSE précise que la Fondation BNP PARIBAS est placée sous l'égide de la Fondation de France qui en assure la logistique financière, moyennant une commission annuelle. La Fondation bénéficie d'un financement du groupe, dont l'enveloppe annuelle s'élève à 2,5 millions d'euros (dont 1 million consacré exclusivement au Projet Banlieue). Il est prévu dans un proche avenir d'offrir l'opportunité aux salariés du Groupe de participer à cette enveloppe.

