



Pistes pour l'élaboration d'une stratégie de développement du mécénat au sein des associations de protection de la nature et de l'environnement de la région Centre

AOUT 2006

Mémoire réalisé par :

Lydie BRIDE - lydiebride@apsl-loiret.org

pour NATURE CENTRE

*Fédération des associations de protection de la nature
et de l'environnement en région Centre*

Dans le cadre du B.A.D.G.E. Management Associatif

ADEMA – Ecoles des Mines

Remerciements

Je tiens à remercier tout particulièrement Nature Centre pour m'avoir fourni l'opportunité de travailler sur cette thématique et de lui donner un aspect concret.

Merci à toutes les associations de Nature Centre qui m'ont donné un certain nombre d'éléments, ainsi que France Nature Environnement.

SOMMAIRE

Introduction	p.4
1. Contexte	
1.1 Le réseau des associations de Nature Centre	p.5
1.2 La situation actuelle des associations de protection de l'environnement en région Centre	p.7
1.3 L'intérêt de rechercher de nouveaux types de ressources financières	p.8
2. Les pistes de recherches de fonds privés	
2.1 Les donateurs	p.10
2.2 Le mécénat d'entreprises	p.10
3. Les associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre et le mécénat	
3.1 Les fonds privés issus d'entreprises ou de fondations d'entreprises dans le budget des associations de Nature Centre	p.11
3.2 Les associations de Nature Centre et le secteur marchand : de rares expériences	p.12
3.2.1 Nature Centre	
3.2.1 Nature 18	
3.2.3 L'association pour la protection du site de la rivière du Loiret et de son bassin versant	
3.3.4 D'autres expériences au sein du réseau national	
4. Le mécénat d'entreprises en région Centre	
4.1 Les entreprises mécènes en région Centre	p.15
4.2 Les fondations d'entreprises	p.15
4.3 Les comités d'entreprises en région Centre	p.16
5. Les contextes économiques en région Centre	
5.1 La situation régionale	p.17
5.2 Les situations départementales	p.18
6. Modalités d'actions pour le développement du mécénat en faveur des associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre	
6.1 Le « one to one »	p.21
6.1.1 Les points de vigilance	
6.1.2 Les avantages	
6.1.3 Conclusions	
6.2 Un collectif d'associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre	p.23
6.2.1 Les points de vigilance	
6.2.2 Les avantages	
6.2.3 Conclusions	
6.3 Une contribution du conseil régional du Centre	p.26
6.3.1 Les points de vigilance	
6.3.2 Les avantages	
6.3.3 Conclusions	
7. Propositions pour une stratégie de recherche de partenariats de mécénats des APNE en région Centre	
7.1 Le mécénat en région Centre, pour quels objectifs ?	p.29
7.2 Modalités d'actions	p.29
7.3 Les cibles potentielles	p.30
Conclusions	p.31
Annexes	
1. Les associations de Nature Centre	
2. Le rôle de médiateurs et d'animateurs du débat public des militants des associations de protection de la nature et de l'environnement	
3. Définition du mécénat	
4. Bibliographie	

INTRODUCTION

Depuis plus de 30 ans, de nombreuses associations de protection de la nature et de l'environnement travaillent pour obtenir la préservation de notre cadre de vie et des éléments qui le composent, qu'il s'agisse de la biodiversité ou des ressources en eau, par exemple.

Acteurs au sein des grands débats pour l'aménagement du territoire dès les années 1970, elles sont aujourd'hui reconnues comme des interlocuteurs incontournables des pouvoirs publics, en tant que représentants des citoyens.

Le monde associatif environnemental en France est cependant actuellement fragilisé par le désengagement de l'Etat dont le soutien financier était monté en puissance depuis le début des années 1990.

Cette baisse des subventions met en péril des associations de protection de la nature et de l'environnement (APNE) confrontées en même temps à plusieurs problématiques :

- le maintien des emplois au sein des associations dont le nombre a augmenté avec les dispositifs « emplois jeunes » (en 2002, plus de 70 salariés étaient embauchés par Nature Centre et ses associations dont 51% en emplois jeunes),
- l'augmentation des difficultés à trouver des multi partenariats pour des actions inscrites dans le projet associatif,
- et paradoxalement, la sollicitation toujours croissante des pouvoirs publics pour que les APNE participent au débat public.

Parallèlement, le secteur associatif doit faire face à un essoufflement de l'engagement bénévole. Cela a de nombreuses conséquences en terme de compétences ou sur le nombre de projets suivis et réalisés.

Les associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre n'échappent pas à ces constats. Elles multiplient donc les questionnements afin de trouver des éléments de réponses pour pallier à ces difficultés.

Parmi ces réflexions, émerge depuis peu la question de la diversification des ressources financières, et notamment la question de l'accroissement des fonds privés et plus particulièrement du mécénat. Cette piste est, en effet, encore assez peu explorée au sein du réseau régional et demande un travail de fond pour élaborer une stratégie à long terme sur le développement de ce type de partenariat.

Ce mémoire va donc s'attacher à poser le contexte régional et à proposer des pistes pour la mise en place d'une véritable stratégie de développement du mécénat au sein des APNE en région Centre.

Les pistes qui seront énoncées ci-après s'inscrivent dans une réflexion portée dans un premier temps par la fédération des APNE en région Centre, Nature Centre, qui souhaitait faire une synthèse du contexte actuel et régional sur cette thématique.

Ce travail se donne pour objectif de fournir aux associations du réseau une base commune de réflexion afin de définir par la suite une stratégie de développement des ressources issues du mécénat.

1. CONTEXTE

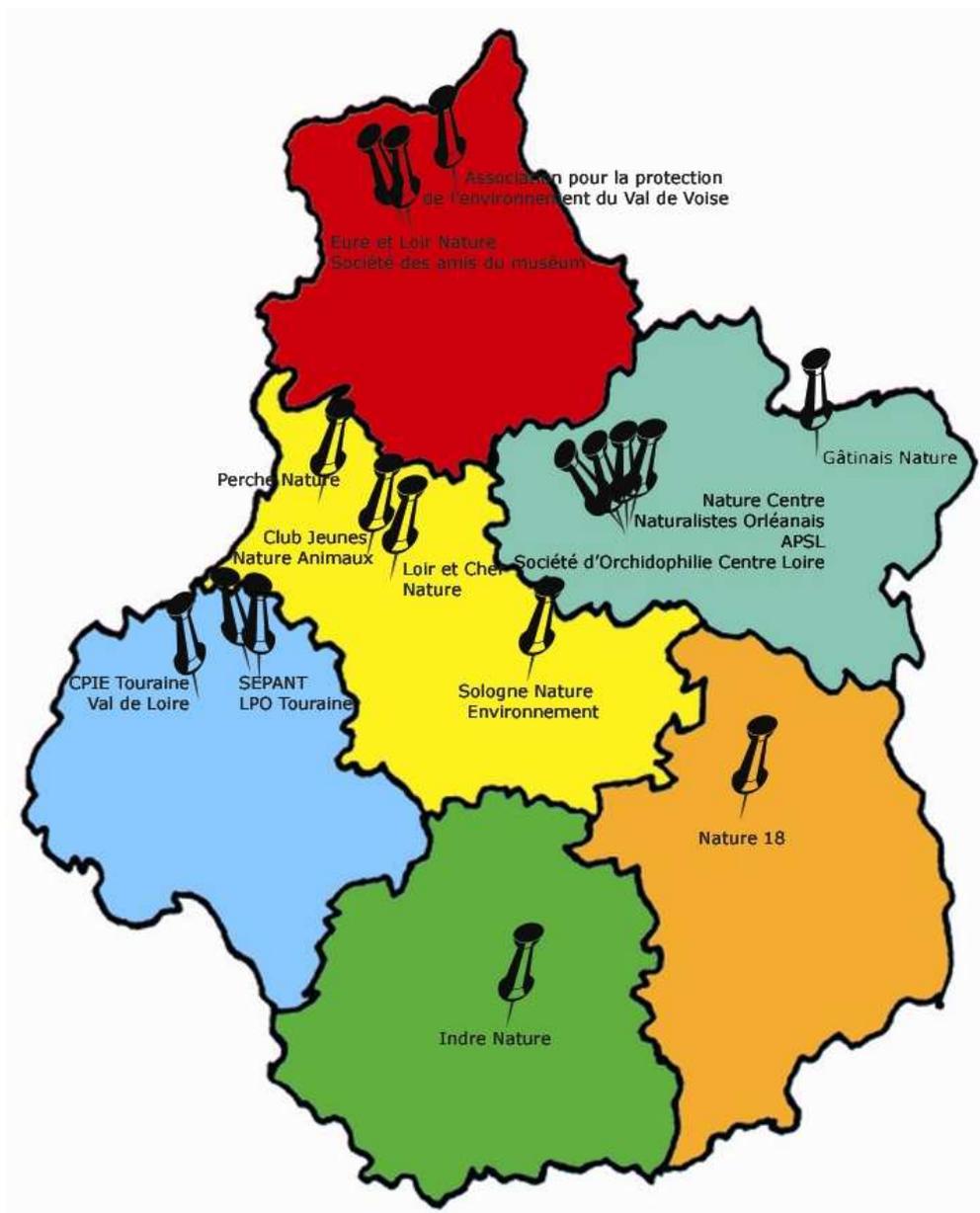
1.1 LE RESEAU DES ASSOCIATIONS DE NATURE CENTRE

Nature Centre est la fédération régionale des associations de protection de la nature et de l'environnement (APNE) en région Centre.

Elle est fédérée elle-même à France Nature Environnement, fédération nationale des associations de protection de la nature et de l'environnement, qui regroupe près de 3000 associations en France.

Les 16 associations fédérées à Nature Centre sont réparties sur l'ensemble de la région et couvrent des territoires de tailles variables, allant du département, à l'entité paysagère à l'échelle d'un site précis. Elles représentent près de 3000 adhérents.

Dix d'entre elles, dites « généralistes », travaillent simultanément sur plusieurs thématiques environnementales : biodiversité et milieux naturels, agriculture, eau, air, déchets, etc. Les 6 autres associations se consacrent à des thèmes de travail plus restreints : botanique, randonnées, protection des oiseaux, par exemple.



Répartition des associations de Nature Centre en région Centre

Les associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre ont en général une trentaine d'années et sont souvent nées sur le principe de sociétés naturalistes (étude de la faune et de la flore).

La fédération régionale, Nature Centre, a été créée dans les années 1980 sur le grand combat contre les projets de barrages sur la Loire, notamment.

Au fil des années, les missions ont évolué et aujourd'hui, les APNE de la région Centre ont pour principale activité l'animation du débat environnemental.

Ce dit « débat environnemental » renvoie à une diversité de modalités d'actions reconnues d'utilité publique se déclinant sous quatre formes différentes :

- Les actions institutionnelles :

Celles-ci regroupent les activités liées à la participation des associations de protection de l'environnement aux commissions administratives, les activités liées à la mise en perspective de points de vue, les expertises qu'elles apportent sur divers projets d'aménagement du territoire, les activités de lobbying, ...

- Les actions de conservation des sites et d'espèces, de protection du cadre de vie :

Ces actions regroupent la protection de sites naturels et la restauration écologique de sites dégradés, la réalisation d'inventaires d'espèces (faune et flore), l'apport des compétences associatives à l'occasion d'études lors de la conception de projets d'aménagement du territoire, ...

- Les actions d'éducation et de sensibilisation à l'environnement :

Ces actions ont pour objet la sensibilisation du grand public ou de personnalités ciblées (élus, commissaires enquêteurs). D'un point de vue pratique, ces actions se déroulent sous forme de conférences, de visites d'expositions, d'animations de terrain ... Certaines de ces opérations sont destinées aux scolaires et aux jeunes.

- Les actions de diffusion et de communication :

Ces actions ont également pour objectif de sensibiliser le public et de l'informer sur les actions et le message des associations de protection de l'environnement. D'un point de vue pratique, cette action est réalisée par l'intermédiaire de revues, de plaquettes de communication, de séminaires ou de colloques, et de communiqués de presse.

Pour la fédération, des actions d'animation du réseau des APNE locales viennent s'ajouter à celles précitées. La mise place de la circulation de l'information, de formations, de la mutualisation de ressources, d'un appui technique, logistique et juridique aux associations font partie de ces actions supplémentaires.

1.2 LA SITUATION ACTUELLE DES ASSOCIATIONS DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT EN REGION CENTRE

Devenues des acteurs incontournables du paysage de la concertation sur les questions environnementales, les APNE sont de plus en plus sollicitées par les pouvoirs publics pour participer au débat public.

Cette reconnaissance s'est acquise au fil des années à force d'études, d'expertises, de dénonciations, de propositions et d'actions de terrain. Elle a pour principale conséquence un nombre accru de dossiers suivis.

La participation bénévole garde une place prépondérante dans le fonctionnement des APNE en région Centre ; les bénévoles administrent les associations et assument les responsabilités politiques des positions défendues par les associations.

Cette participation suit cependant les évolutions constatées dans d'autres secteurs associatifs, et tend à s'essouffler.

Il en est de même pour le nombre d'adhérents, et donc des cotisations, qui a tendance à stagner depuis quelques années, sans réelle augmentation. Cet élément est à prendre en compte pour la lecture des comptes de résultats des associations et pour l'évolution de leurs ressources propres.

Aujourd'hui la plupart des associations possèdent des postes salariés qui ont suivis les différents dispositifs d'aide à l'emploi depuis les années 1990. Ces postes ont participé à la professionnalisation des associations et à l'amélioration de leur expertise dans de nombreux domaines.

Ces dispositifs arrivent pour la plupart à échéance et ne peuvent, pour la majorité, être remplacés par d'autres dispositifs aidés sur un même profil de poste (conditions d'attributions différentes). Cela a des conséquences directes sur les budgets des associations et leurs masses salariales.

Quant aux questions environnementales, elles n'ont rien perdues de leur importance. Si certains « combats » ont été gagnés à la fin des années 1990 par les associations en région Centre, comme l'abandon des projets de grands barrages sur la Loire, de nombreuses problématiques sont toujours d'actualité. On pense notamment aux enjeux liés à la pollution atmosphérique, à ceux liés à nos ressources en eau (qualité et quantité), ceux induits par la gestion des déchets ou ceux de la biodiversité.

Dans ces domaines, les évolutions sont lentes et l'implication des associations pour amener et alimenter le débat essentielle.

Dans ce contexte, loin d'avoir perdu leur militantisme, les associations de Nature Centre mettent en avant les problématiques environnementales, réclament leur prise en compte dans les actions de la collectivité et mettent en place des opérations concrètes sur le terrain.

1.3 L'INTERET DE RECHERCHER DE NOUVEAUX TYPES DE RESSOURCES FINANCIERES

Des raisons stratégiques et financières guident, orientent et motivent actuellement la réflexion de Nature Centre et de ses associations sur cette question.

Chaque association possède des raisons spécifiques, en fonction de ses propres contraintes, qui justifient son investissement dans cette démarche.

Cependant, un certain nombre de points sont communs aux associations du réseau de Nature Centre.

De façon globale, les associations sont soumises à deux difficultés :

- Leur action citoyenne (expertise associative, force de proposition, médiation, formalisation, animation de réseau) est largement reconnue mais peu prise en charge par les financements publics.
- Leurs actions de service au public (expertise naturaliste, gestion des espaces....) sont financées au coup par coup par l'Etat et les collectivités territoriales contrairement à d'autres secteurs associatifs qui, plus anciens, bénéficient de financements moins morcelés (ex : domaines sportif ou social).

Plus spécifiquement, les comptes de résultat des associations en région Centre subissent de plein fouet les restrictions budgétaires de l'ensemble de leurs partenaires financiers et plus particulièrement de l'Etat. Certaines d'entre elles sont donc dans une phase de consommation de leur – déjà maigres – fonds propres. La situation des fonds de roulement s'est donc singulièrement tendue ces dernières années.

Pour beaucoup d'associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre, il devient vital de reconstituer une « trésorerie », or la seule façon stable et durable de reconstruire un fond de roulement est de cumuler des comptes de résultat positifs.

Cependant, les règles de financement et les modalités de rendu financier des subventions sont basées sur l'équilibre (ni perte, ni gain) de chaque opération financée sur fonds publics. Donc, pour survivre, les structures associatives doivent réussir le tour de force d'obtenir des comptes de résultats positifs en cumulant des opérations équilibrées...

Malgré quelques souplesses, la règle du plafond des 80% d'aides publiques est de plus en plus handicapante et pèse d'autant plus sur les budgets des opérations que ceux-ci sont importants.

Le désengagement de l'Etat est également accompagné d'une forte pression sur les APNE pour qu'elles trouvent les moyens de leur fonctionnement en proposant des prestations de services, c'est-à-dire en intégrant « le marché ». Une telle orientation serait contraire à la déontologie du mouvement associatif de protection de la nature et de l'environnement. La principale conséquence serait la perte pour les militants de leur rôle de médiateurs et d'animateurs du débat public¹.

Ainsi, il semblerait que la seule solution pour les APNE pour résoudre ces problèmes, soit de trouver sur fonds privés et schématiquement les 20% manquants sur chaque projet ainsi que les marges de manoeuvre bénéficiaires des comptes de résultat.

¹ Cf. annexe « Le rôle de médiateur et d'animateur du débat public des militants des associations de protection de la nature et de l'environnement »

Il est clair que cette démarche vers des fonds privés est une question de survie financière pour les associations. Cependant, elle ne peut cautionner en aucune manière un désengagement des financeurs publics qui poussent les associations à faire financer par des fonds privés, des activités et des opérations d'utilité publique².

En ce sens, la diversification des ressources financières des associations doit se faire de façon raisonnée et en dehors du diktat des « ressources propres ».

² Les associations de protection de la nature et de l'environnement ne peuvent cautionner le désengagement de l'Etat sur des actions bénéficiant à l'ensemble de la collectivité. Les gains sont difficilement quantifiables mais touchent des domaines variés comme la santé publique et certains modèles économiques. On peut citer pour mémoire la diminution des coûts portés par la collectivité pour la production d'eau potable dans le cas d'une ressource brute de bonne qualité, c'est-à-dire non polluée ou dégradée. Les APNE ne souhaitent pas qu'à terme les fonds privés se substituent aux fonds publics mais qu'ils soient réellement des moyens supplémentaires pour mener à bien leurs actions.

2. LES PISTES DE RECHERCHE DE FONDS PRIVÉS

Deux pistes sont à envisager dans le cadre de la recherche de fonds privés:

- le développement des fonds issus de donateurs,
- le développement des fonds issus du mécénat d'entreprises.

2.1 LES DONATEURS

Au sujet des fonds provenant de particuliers donateurs, les APNE en région Centre ne possèdent aucune culture de ce type de démarche. Les quelques dons enregistrés restent très faibles au regard même du budget des cotisations, à quelques rares exceptions près.

Or, ce type de collecte de fonds nécessite un investissement de départ conséquent dû notamment à la constitution d'un fichier et à la fidélisation des donateurs, et ce, quelque soit la technique envisagée (marketing direct, phone marketing, Emarketing, etc).

Les associations ne possèdent que le fichier de leurs adhérents (soit environ 3000 personnes depuis une dizaine d'années). Ces derniers sont déjà encouragés à faire des dons aux associations, sans qu'il n'y ait de stratégie bien définie dans ce sens.

Un travail de fond important serait donc à entreprendre notamment autour de l'argumentaire, du fléchage des dons et des rendus pour que la collecte puisse être significative au regard des taux de retours et de rentabilité, mais également à la hauteur des besoins des associations.

Cette solution ne semble donc pas être la plus pertinente à courte échéance, mais doit rester une piste à développer à terme.

2.2 LE MECENAT D'ENTREPRISES

Pour les fonds issus du mécénat, l'investissement de départ semble plus restreint et le retour sur investissement plus évident à court ou moyen terme, avec une part non négligeable des démarches qui aboutissent.

Le mécénat présente également d'autres aspects qui doivent être pris en compte dans la définition de la stratégie des associations.

Il s'agit des différentes formes qu'il peut prendre : soutien financier mais également apports de compétences ou de services. Il permet aussi de créer un véritable échange entre les deux structures et donc, pour les associations, de sensibiliser au sein même de l'entreprise les salariés, qui seraient alors des bénévoles et/ou des donateurs potentiels.

Le mécénat peut ainsi être l'un des éléments de réponse aux difficultés actuelles que rencontrent les APNE, qu'elles concernent des aspects financiers ou des aspects de ressources humaines.

Même si, là encore, Nature Centre et ses associations ne possèdent aucune culture du mécénat, cette piste semble la plus pertinente à court terme, d'autant que des réflexions sont plus ou moins engagées au niveau régional par les Dispositifs Locaux d'Accompagnement (DLA Loiret notamment) et le Centre Régional de Ressources et d'Animation Centre (C2RA Centre). En parallèle, le Conseil Régional du Centre s'interroge actuellement, en interne, sur la forme éventuelle de sa contribution sur ces questions.

Cette option sera donc celle développée dans ce rapport.

3. LES ASSOCIATIONS DE PROTECTION DE LA NATURE ET DE L'ENVIRONNEMENT EN REGION CENTRE ET LE MECENAT

Il n'existe pas de réelle culture du mécénat au sein des associations de protection de l'environnement en France (mis à part le W.W.F, et la Ligue pour la Protection des Oiseaux dans une moindre mesure).

Les quelques expériences d'envergure au sein du réseau national n'ont été, au mieux, que des expériences ponctuelles, parfois plus ou moins réussies (FRAPNA, France Nature Environnement, Ecole&Nature,...).

Il en est de même au sein du réseau de Nature Centre où les quelques partenariats contractualisés sont de petite ampleur et n'ont jamais lancé de véritable dynamique.

Il semble également qu'il n'existe pas non plus de réelle culture du mécénat dans les entreprises vers des structures environnementalistes. Le secteur étant jugé encore conflictuel par les entreprises, elles hésitent à s'investir et à investir leur image dans une relation qu'elle maîtrise mal. De plus, le manque de retour d'expériences dans ce secteur alimenterait un cercle vicieux : on ne soutient pas parce qu'on ne connaît pas, et on ne connaît pas parce qu'on ne soutient pas.

3.1 LES FONDS PRIVÉS ISSUS D'ENTREPRISES OU DE FONDATIONS D'ENTREPRISES DANS LE BUDGET DES ASSOCIATIONS DE NATURE CENTRE

A l'examen des comptes de résultats des associations de Nature Centre, on constate une certaine difficulté à ce jour pour centraliser les informations sur les fonds privés issus de partenariats avec le secteur privé. Un travail de fond serait donc à réaliser dans ce sens.

Cependant un certain nombre de tendances peuvent être dégagées après l'interview des responsables d'un échantillon d'associations de Nature Centre.

Même si certaines d'entre elles ont développé depuis une dizaine d'années quelques partenariats avec des entreprises, ceux-ci se sont le plus souvent mis en place dans le cas de convergences d'intérêts autour de projets précis. Cependant, il faut citer quelques exemples de partenariats mis en place à l'occasion de relations privilégiées dues à la proximité géographique ou à des relations par l'intermédiaire de bénévoles.

Ces contributions du secteur privé sont purement financières et ne représentent que des pourcentages faibles du budget annuel des associations - inférieur à 5%. Il est à noter quelques soutiens reconduits sur plusieurs années consécutives.

Parallèlement, certaines associations du réseau n'ont pas souhaité jusqu'à ce jour développer de partenariats avec le secteur privé pour des questions déontologiques.

On constate néanmoins l'apparition de fonds privés issus de fondations depuis 2 à 3 ans pour plusieurs associations de Nature Centre. Il s'agit alors d'un soutien de type « subvention » répondant à un appel à projet. Ces sollicitations sont réalisées au coup par coup en fonction des projets annuels. Leur volume est donc variable.

3.2 LES ASSOCIATIONS DE NATURE CENTRE ET LE SECTEUR MARCHAND : DE RARES EXPERIENCES

Quelques expériences de partenariats associations - entreprises ont eu lieu et peuvent servir de premiers retours d'expériences pour la réflexion sur le développement du mécénat au sein des APNE en région Centre.

Quelques unes d'entre elles sont examinées ci-après. Même si ces exemples ne sont pas les seuls, ils sont caractéristiques des principaux types de partenariats mis en place ces dernières années par les associations du réseau.

3.2.1 Nature Centre

Au cours des années 1990, un projet d'enfouissement de déchets de classe I³ émerge à Charenton sur Cher. Nature Centre participe alors activement aux concertations pour le Plan départemental de gestion et de d'élimination des déchets du Cher, réunissant l'ensemble des catégories d'acteurs concernés, dont les industriels et les associations.

Cette participation a permis l'entretien de relations plus étroites avec la société France Déchets⁴ débouchant, en 1996, sur la contractualisation d'un partenariat visant à soutenir les activités de Nature Centre pour la mise en œuvre d'un programme d'information et de concertation sur le thème de la consommation et des déchets. France Déchets, au-delà de son soutien financier, mettait à disposition de la fédération un centre de ressources documentaires, une expertise technique et l'accès aux sites de l'entreprise pour des visites techniques.

A posteriori, l'analyse montre que la convention signée est restée trop vague dans les engagements de Nature Centre. Ces faiblesses se sont retournées contre la fédération qui a due s'expliquer sur le soutien financier de France Déchets qui a été assimilé, notamment par la presse, comme un acte de connivence.

Ni mécénat, ni sponsoring, cette convention a été l'occasion d'une réflexion sur des questions de déontologie et sur le type de relations entre les deux parties.

La convention n'a pas été renouvelée au bout des 12 mois et, par la suite, Nature Centre a été beaucoup plus rigoureuse dans la contractualisation de partenariats avec des entreprises privées.

Ainsi, au cours des années suivantes les partenariats que Nature Centre a engagé, ont principalement concerné du sponsoring - achats de stands.

Quelques situations de mécénat au sens strict sont à noter, comme la participation financière d'une entreprise via un événementiel de type colloque, sans contrepartie publicitaire notamment.

3.2.2 Nature 18

A l'occasion d'un événementiel en 2003, Nature 18 a recherché des parrains afin de finaliser le budget de l'opération.

En contrepartie d'un soutien financier, le logo d'une entreprise a été apposé sur l'un des vecteurs de communication : les tracts diffusés en nombre dans des boîtes aux lettres.

Le partenariat a fait l'objet d'une convention et est resté ponctuel.

³ Déchets considérés comme dangereux

⁴ Société de traitement et de stockage de déchets urbains et industriels

Malgré un retour à priori positif pour les deux partenaires, aucune suite n'a été donnée ni par l'association, ni par l'entreprise. En effet, le parrainage n'induit aucun échange, ni de véritable enrichissement mutuel lié à la mise en place d'une relation autre que financière.

[3.2.3 L'association pour la protection du site de la rivière du Loiret et de son bassin versant \(APSL\)](#)

En 2005, l'APSL a contractualisé avec la Caisse d'Épargne Val de Loire un partenariat dont l'objectif était le soutien d'un chantier de réinsertion par l'économie via une opération de restauration d'un milieu naturel.

Même si ce projet a été présenté dans le cadre d'un appel à projet, l'APSL a dû présenter son opération auprès de la Caisse locale qui avait la délégation de l'attribution du soutien.

Cette proximité a permis des échanges autour des actions de l'association, de son fonctionnement et du territoire sur lequel elle agit. Il en a été de même pour les membres de la Caisse d'Épargne.

Ces contacts ont permis de mieux cerner les objectifs de la Caisse locale en ce qui concerne le mécénat, et de comprendre l'intérêt que l'association peut avoir à mettre en avant dans son argumentaire les bénéfiques, autres qu'écologiques, que ses actions apportent à la collectivité, notamment en terme économique et social.

A ce jour, les premières bases de relations suivies semblent avoir été posées. Il s'agit désormais de les développer.

[3.2.4 D'autres expériences au sein du réseau national](#)

France Nature Environnement et le Crédit Coopératif

En 2005, France Nature Environnement (FNE) a mis en place avec le Crédit Coopératif des produits partagés : une carte bancaire et un livret « Agir ». Les clients de la banque, en choisissant ces produits, participent financièrement au soutien de FNE et de ses associations via le versement d'une partie de leurs intérêts et/ou d'une contribution de la banque à chaque utilisation déterminée de la carte bancaire.

FNE met à disposition son image alors que le Crédit Coopératif met sur le marché les produits bancaires et assure leur promotion.

Nature Centre, en qualité de membre de FNE, a participé activement aux discussions avec le Crédit Coopératif et à la mise en place de la communication sur ces produits (visuels, messages).

Même si on ne peut pas parler de mécénat au sens strict, cette expérience a été riche en apprentissages. En effet, cette expérience oblige le réseau de FNE à réfléchir sur les futures formes de rendus pour l'affectation des fonds collectés via ces produits bancaires. La question de la collecte des informations auprès des associations locales et de leur valorisation se pose.

Parallèlement, les discussions avec le Crédit Coopératif ont permis une meilleure connaissance du monde de l'entreprise. Elles ont également permis d'appréhender l'un des regards que peut avoir un secteur marchand sur le monde associatif environnemental.

Bretagne Vivante

En 2004, Bretagne Vivante a réalisé un mailing papier à destination de plus de 2600 entreprises implantées sur son secteur géographique d'action.

L'argumentaire était principalement axé sur la présentation de l'association et les nouvelles dispositions fiscales.

0,2% des entreprises contactées ont fait un don. L'opération a dégagé un léger excédent.

L'une des principales conclusions de cette opération est qu'un argumentaire principalement porté sur les déductions fiscales ne semble pas suffisant pour déclencher un soutien de la part d'une entreprise ni pour mettre en place des relations suivies avec les mécènes.

L'argumentaire doit donc bien porter sur le projet associatif qu'il faut arriver à présenter de façon forte et originale.

On peut également penser qu'un démarchage papier n'est pas suffisant. Des actions supplémentaires sont peut-être à envisager comme par exemple l'envoi de documents d'informations de manière régulière ou de rencontres directes.

4. LE MECENAT D'ENTREPRISES EN REGION CENTRE

4.1 LES ENTREPRISES MECENES EN REGION CENTRE

Les actions de mécénat en région Centre sont pour 3 à 4% d'entre elles en faveur de l'environnement. Cette thématique semble donc rester marginale en comparaison avec le nombre de soutiens en faveur d'actions culturelles ou de solidarité.

Seules 19% des entreprises mécènes en 2005, au niveau national⁵, ont choisi de soutenir des projets environnementaux, souvent en cohérence avec leur politique de développement durable.

Le budget national alloué aux actions pour l'environnement est en augmentation depuis 1998 (de 11 millions d'euros en 1998 à 14 millions d'euros en 2002). La majorité des entreprises mécènes sont issues des secteurs des services, de la distribution, de l'énergie ou des assurances. A noter que le secteur des banques a une forte activité déclinée régionalement.

Parmi les grandes tendances, on peut noter le fait que le mécénat « croisé », c'est-à-dire croisant plusieurs thématiques (ex : environnement et solidarité), est en plein développement.

Pour les associations en Région Centre, il s'agira donc de cibler prioritairement les entreprises appartenant à des secteurs d'activités possédant déjà une culture du mécénat dans le domaine de l'environnement. Il semble également particulièrement opportun d'avoir la capacité d'élargir l'argumentaire porté devant les entreprises vers des notions de développement durable. Ainsi, au-delà des aspects purement écologiques, il faudra souligner l'impact qu'auront les actions réalisées sur des aspects de solidarité, de développement économique, etc.

Plus largement, le fait que seules 3 à 4% des opérations de mécénat dans le Centre soient en faveur de l'environnement souligne l'absence de démarches des associations en région auprès des entreprises. Il sous-entend qu'un effort conséquent en terme de communication sur ce que sont les APNE, sur leurs objectifs et leurs actions, est à faire.

4.2 Les Fondations d'entreprises

En France, sur 120 fondations, 24% d'entre elles ont une action dans le domaine de l'environnement et du développement durable. Il s'agit pour beaucoup de banques et d'entreprises du secteur des assurances. Majoritairement créées à l'initiative du dirigeant ; c'est d'abord une prise de décision stratégique. Les fondations ont pour objectif de renforcer les liens, d'intégrer l'entreprise dans l'environnement et de valoriser son image.⁶ C'est un complément de la politique de mécénat qui permet sa structuration.

Les fondations possèdent des critères de soutien prédéfinis et utilisent souvent le système de l'appel à projets. Leur site d'implantation n'a alors que peu d'importance par rapport au site de l'action soutenue.

Cependant certaines fondations délèguent au niveau local la décision des orientations et des critères d'attribution des soutiens financiers. On peut citer notamment la Fondation Caisse d'Epargne.

Le réseau des APNE en région Centre devra donc identifier l'ensemble des fondations fonctionnant selon ce principe.

⁵ Source ADMICAL « Mécénat en faveur de l'environnement – Bilan 2000 » et « Les chiffres clés du mécénat d'entreprises en 2005 »

⁶ « Panorama 2006 des fondations d'entreprises » Ernst & Young

4.3 LES COMITES D'ENTREPRISES EN REGION CENTRE

En juin 2001, la loi DDOSEC (Dispositions d'ordre social, éducatif et culturel) a été votée par le Parlement. Les comités d'entreprises sont désormais autorisés, à verser sur leurs ressources propres des subventions à des associations humanitaires dans la mesure où celles-ci sont considérées d'utilité publique et favorisent les actions locales ou régionales de lutte contre l'exclusion ou des actions de réinsertion sociale.

Ce versement de fonds ne peut intervenir cependant qu'en cas de reliquat budgétaire et est limité à un 1% du budget du comité d'entreprise. Il est décidé par un vote majoritaire de ses membres.⁷

En région Centre, on comptabilise 1 668 comités d'entreprises qui représentent environ 410 000 salariés et 343 millions d'euros.

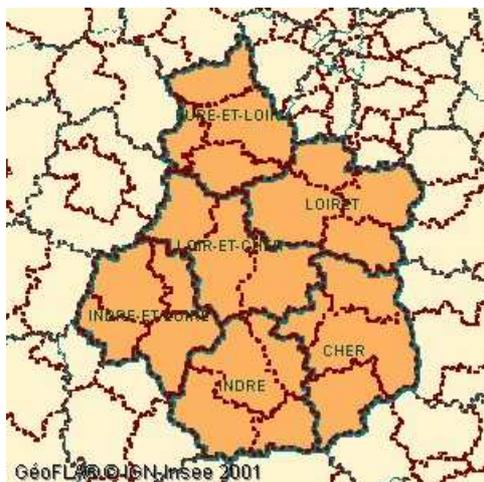
Les APNE en région Centre devront notamment constituer les fichiers des comités d'entreprises de la région si elles souhaitent prendre contact avec eux. Il semblerait également opportun d'identifier les structures et événements pouvant servir de relais entre le secteur associatif et les comités (ex : salons régionaux, sites Web, etc).

⁷ Diffusion au *Journal Officiel* Article 35 du numéro 164 du 18 Juillet 2001.

5. LES CONTEXTES ECONOMIQUES EN REGION CENTRE

On ne peut envisager une stratégie sur la recherche de mécénat sans prendre en compte la situation économique des bassins d'emplois sur lesquels rayonnent les APNE en région Centre.

Or, cette situation est particulièrement variable au sein même de la région. Les bassins économiques locaux sont très différents, en fonction notamment des principales agglomérations de la région qui restent les premiers centres d'activités.



Découpage par bassins d'emplois de la région Centre

5.1 LA SITUATION REGIONALE

Répartition par secteur d'activité du nombre d'établissements en région Centre :

Industrie	Construction	Commerce	Services	Total
11 307	13 624	25 354	43 905	94 190

Source INSEE, données au 1^{er} janvier 2004.

Répartition des établissements (en %) en fonction du nombre de salariés en région Centre :

1 à 9 salariés	10 à 49 salariés	50 à 199 salariés	200 à 499 salariés	500 à 999 salariés	>1000 salariés
20,50%	26,20%	23,20%	14,20%	7,10%	8,80%

Source INSEE, données au 1^{er} janvier 2004.

Si l'on se réfère aux moyennes nationales de 2005⁸, avec 18% des entreprises de plus de 200 salariés qui font du mécénat et 19% d'entre elles dans le domaine de l'environnement, on peut donc estimer en région Centre qu'il existerait près de 1000 entreprises de plus de 200 salariés, tous secteurs d'activités confondus, susceptibles d'être mécènes auprès des APNE.

⁸ « Les chiffres clés du mécénat d'entreprises en 2005 » ADMICAL

5.2 LES SITUATIONS DEPARTEMENTALES

Les informations départementales ont été extraites en fonction de deux paramètres issus des données ADMICAL⁹ :

- 53% des entreprises mécènes sont des PME (de 200 à 499 salariés),
- 72% du budget global du mécénat émane du secteur des services.

Département	Cher	Eure et Loir	Indre	Indre et Loire	Loiret	Loir et Cher
Nombre total d'établissements	11 841	14 839	8 943	22 425	23 639	9 906
dont du domaine des services	5 385	6 579	3 878	11 081	11 413	5 569
dont plus de 10 salariés	1 053	1 487	805	2 088	2 478	1 148
dont plus de 500 salariés	8	9	4	12	24	6
Principal bassin d'emplois / nombre d'établissements total sur ce bassin	Bourges / 6 675	Chartres / 7 223	Châteauroux / 4 378	Tours / 15 693	Orléans / 14 184	Blois / 7 154

Source INSEE, données au 1^{er} janvier 2004.

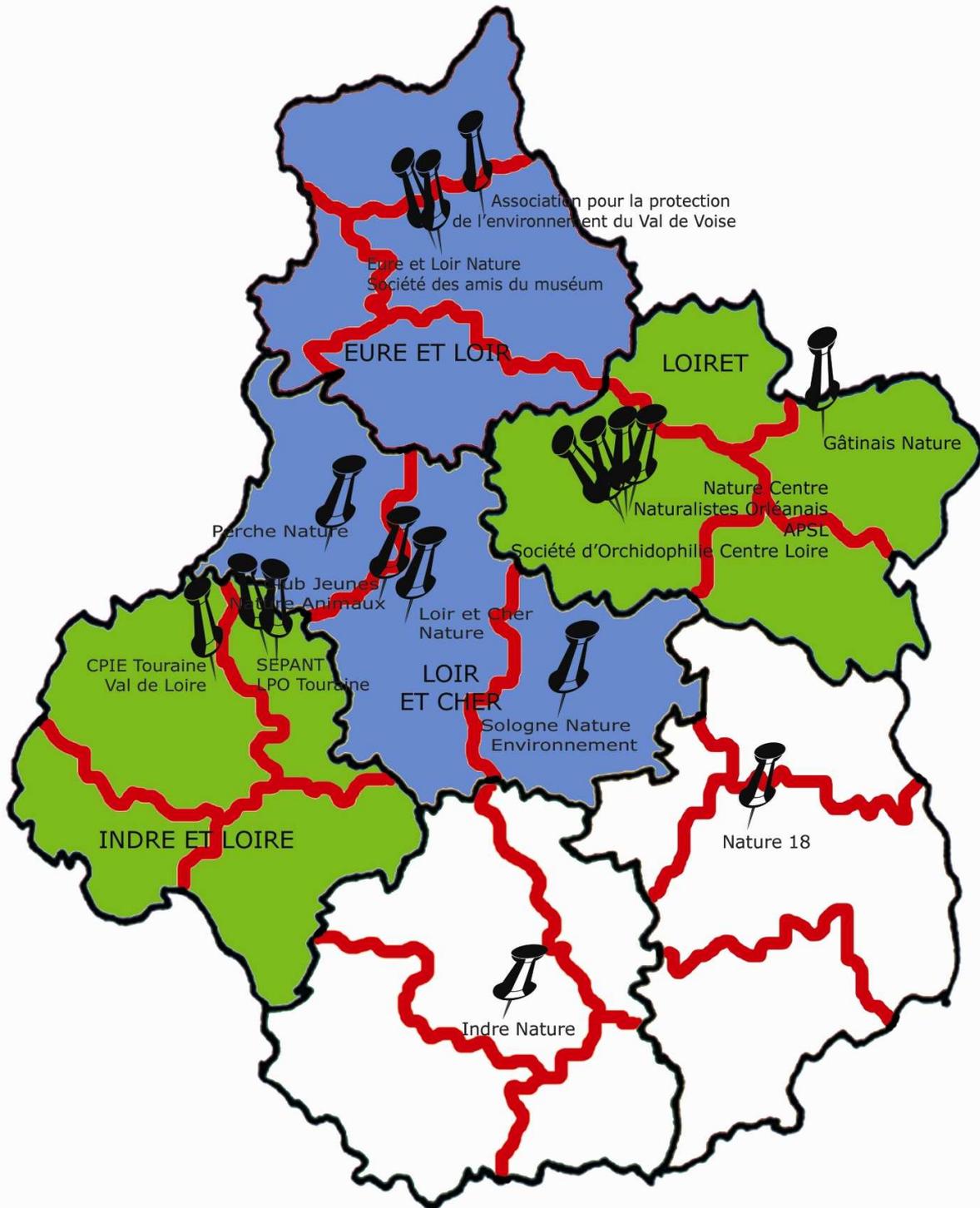
Au regard de ces répartitions géographiques de l'implantation des entreprises, notamment celles du secteur des services, les associations dont le territoire d'action se situe dans l'Indre et Loire et le Loiret, et dans une moindre mesure dans en Eure et Loir et dans le Loir et Cher, sont susceptibles de pouvoir démarcher un plus grand nombre d'entreprises pour du mécénat (Cf. carte 1).

Les bassins d'emplois les plus importants, et comptant le plus d'établissements de services, sont Tours et Orléans, avec respectivement 8149 et 7431 entreprises de ce secteur (Cf. carte 2).

Les APNE implantées sur ces villes ont donc un potentiel de recherche de partenariats plus important.

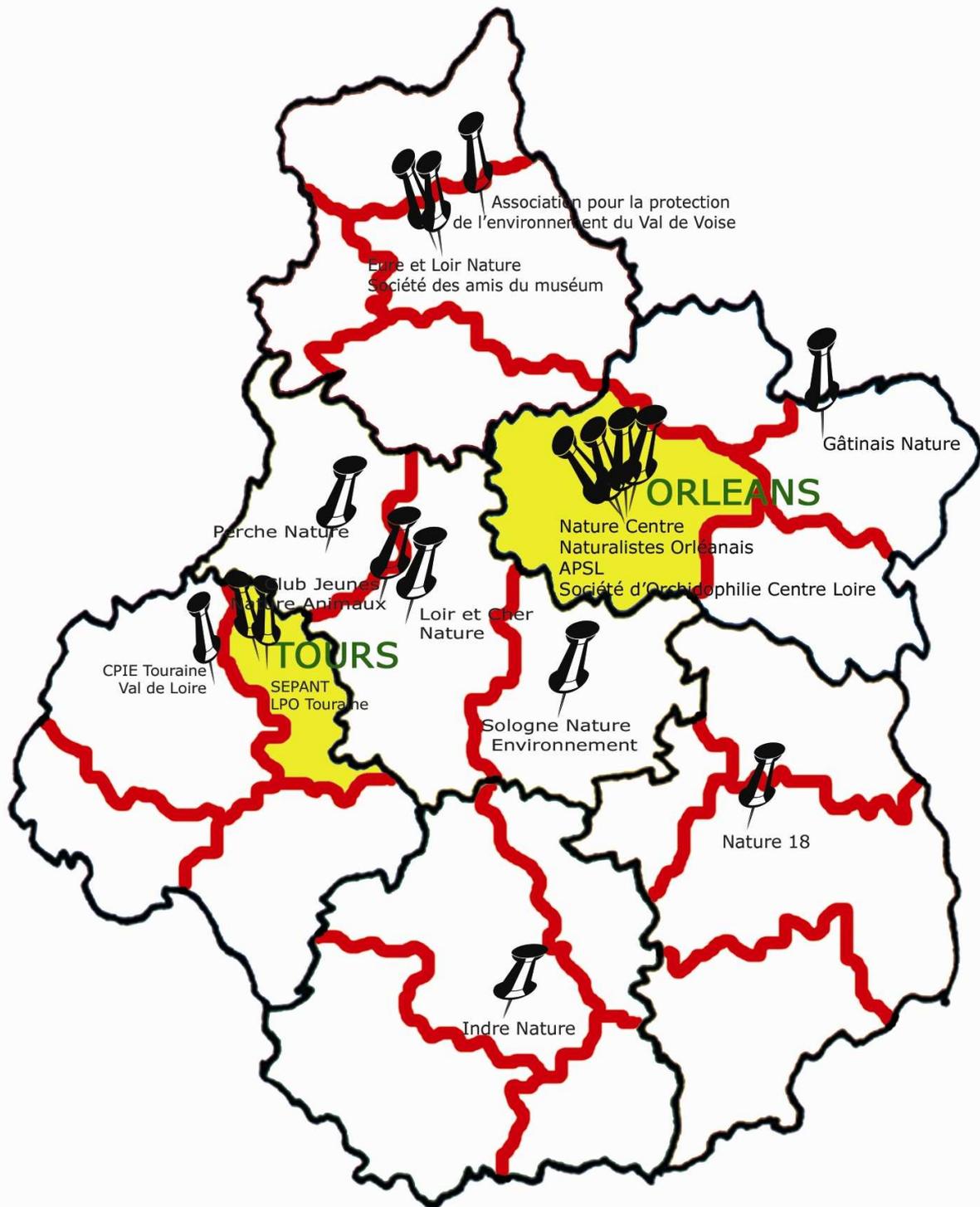
⁹ Données présentées lors de la conférence de presse du 13/03/2006, et issues d'une enquête CSA et ADMICAL (Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial. A pour but la promotion du mécénat)

Répartition des associations de Nature Centre par bassin d'emplois (carte 1)



- Secteurs géographiques dont le nombre d'entreprises est le plus important, en comparaison avec le reste de la région Centre
- Secteurs géographiques dont le nombre d'entreprises est considéré comme moyen, en comparaison avec le reste de la région Centre
- Limites des bassins d'emplois

Répartition des associations de Nature Centre par bassin d'emplois (carte 2)



- Bassins d'emplois où le plus grand nombre d'entreprises de services sont implantées, en comparaison avec les autres bassins d'emplois de la région Centre
- Limites des bassins d'emplois

6. MODALITES D' ACTIONS POUR LE DEVELOPPEMENT DU MECENAT EN FAVEUR DES ASSOCIATIONS DE PROTECTION DE LA NATURE ET DE L'ENVIRONNEMENT EN REGION CENTRE

Trois modalités d'actions peuvent être envisagées par les APNE en région Centre pour développer les ressources issues du mécénat.

Chacune d'elles va être examinées afin de définir les éventuels points de vigilances et avantages que leur mise en œuvre peut induire.

6.1 LE « ONE TO ONE »

Cette approche consisterait à ce que chaque association construise sa propre démarche de recherche de mécénat. Chaque association élabore son argumentaire et propose un partenariat de mécénat spécifique en fonction de l'entreprise et de ses propres besoins. L'association définit seule sa cohérence d'action.

6.1.1 Les points de vigilance

Cette façon de faire pourrait se heurter à plusieurs problématiques.

Le secteur de l'environnement est en effet encore un secteur conflictuel, notamment en région Centre où les nombreux positionnements des associations ont pour objectif de faire évoluer la prise en compte des questions environnementales dans le débat public.

De fait, les quelques relations possibles entre associations et entreprises privées se nouent pour l'instant essentiellement lorsqu'il y a convergence d'intérêts. Il s'agit alors d'entreprises telles que des carriers, EDF, la Lyonnaise des Eaux, Vivendi ou Onyx.

Le partenariat aboutit en général, après de longs débats, sur un dossier précis et concerne des actions très ciblées, en aucun cas le projet associatif dans son ensemble.

De plus, ces convergences d'intérêts posent parfois en retour des problèmes en terme de gestion des images de marques, de gestion du débat public, et même de tensions potentielles au sein des associations, entre adhérents favorables et opposants à la démarche.

Parallèlement, ce type d'approche pourrait être rendu plus difficile par le contexte économique des secteurs sur lesquelles les associations sont implantées. En effet, nous avons vu précédemment que des inégalités géographiques importantes existent sur le nombre d'entreprises potentiellement mécènes. Certaines APNE seront donc « avantagées » par rapport à d'autres, et ce au sein même du réseau de Nature Centre.

Cela pourrait entraîner une certaine concurrence entre des associations implantées sur la même agglomération et donc, susceptibles de démarcher les mêmes établissements.

Cette situation serait particulièrement dommageable en terme d'image, de relations au sein de la fédération, et pourrait même être utilisée par des entreprises.

6.1.2 Les avantages

Ce type de démarche présente cependant un certain nombre d'avantages non négligeables.

En effet, la proximité géographique entre l'association et l'entreprise contactée peut être un véritable avantage lors des échanges pour la mise en place d'un partenariat.

Cela permet notamment d'inscrire l'entreprise dans le tissu local. Cet aspect semble particulièrement intéressant pour les associations de Nature Centre qui sont avant tout des associations de terrain, travaillant avec de nombreux acteurs locaux (associations, collectivités, administrations) sur des opérations concrètes dont le résultat est souvent visible sur les sites d'intervention.

Les APNE touchent également un public local, nombreux et assez bien identifié, ce qui facilite la détermination du public visé et l'intérêt que peut avoir l'entreprise à contacter ces personnes via le partenariat.

Enfin, la notion de proximité de territoire peut également favoriser la reconnaissance mutuelle entre les deux partenaires autour de valeurs communes, de connaissance de ce « terroir ». Cela peut lever un certain nombre de freins ou même la méfiance que pourrait porter le secteur marchand sur le secteur associatif environnemental.

6.1.3 Conclusion

Il paraît peu probable de voir émerger une dynamique significative de partenariats privés, menés et conclus en direct entre une structure associative de Nature Centre et une entreprise privée, sans qu'il n'existe une certaine cohérence entre les APNE elles-mêmes.

En effet, la probabilité de réussite augmenterait très certainement si une stratégie entre les associations en région Centre, était mise en place pour cette démarche.

Celle-ci passerait par un certain nombre d'outils, comme par exemple, la diffusion de l'information lorsqu'un contact est pris, une « charte de valeurs » pour le choix des établissements démarchés, la mise en place d'un système assurant la transparence vis-à-vis des adhérents et autres acteurs, etc.

Les modalités sont à définir et à créer.

Ces dernières pourraient émerger et être organisées au sein d'un groupe de travail issu des associations de protection de l'environnement en région Centre. Ce « collectif » fournirait le cadre et le lieu de débats pour que les associations inventent une stratégie et créent les outils nécessaires à la recherche de mécénats.

Ceci dit, par un choix opportun et réfléchi des entreprises auxquelles seraient proposées un partenariat, la démarche de type « one to one » n'est absolument pas à exclure et pourrait s'inscrire dans un plan d'actions mené par les associations vers le secteur marchand.

Ces différentes options sont donc à examiner et peuvent faire l'objet des premières discussions à aborder dans le cadre d'un groupe de travail et de réflexion des APNE en région Centre sur le thème du développement du mécénat.

6.2. UN COLLECTIF D'ASSOCIATIONS DE PROTECTION DE LA NATURE ET DE L'ENVIRONNEMENT EN REGION CENTRE

Le principe de cette démarche serait de rassembler au sein d'un groupe de travail des associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre. Il serait, entre autre, le lieu de réflexion autour des différents points cités précédemment, sur les modalités d'organisation et d'actions des associations auprès du secteur marchand.

Ce collectif permettrait notamment de structurer les recherches de mécénat auprès des entreprises, voire auprès des clubs ou des comités d'entreprises, via la mise en place d'outils spécifiques.

6.2.1 Points de vigilance

La création d'un tel dispositif en région Centre, tout particulièrement s'il réunit plusieurs associations n'appartenant pas toutes au même réseau¹⁰, soulève quelques questionnements sur lesquels la vigilance devra être de mise.

Tout d'abord, il faudra pallier à l'absence de réelle culture du mécénat au sein des associations du réseau de protection de l'environnement en région Centre ; un travail de fond et d'information sera indispensable afin d'amorcer une certaine synergie.

Par la suite, il faudra s'assurer du fait que chaque association s'approprie la thématique, et ce malgré les spécificités locales de chacune, et malgré les distances géographiques.

Les APNE devront se trouver une identité commune, au-delà des particularités locales et de chaque réseau. Il sera également nécessaire d'identifier des valeurs communes.

Il s'agira donc de trouver une approche suffisamment large pour représenter l'ensemble des associations mais suffisamment resserrée afin d'inscrire l'entreprise partenaire dans un tissu local.

Il faudra éviter toute confusion possible entre chaque APNE, pouvant appartenir à des réseaux différents, et le collectif. Une attention toute particulière devra donc être apportée sur la lisibilité du collectif et des associations qui le composeraient.

6.2.2 Avantages

La création d'un collectif d'APNE en région Centre sur le thème du mécénat procurerait plusieurs avantages.

Il faciliterait particulièrement l'émergence d'une stratégie de recherche de partenariats, la mise en place de démarches ciblées et réfléchies sur le long terme au sein des APNE de la région Centre.

Il permettrait également la mutualisation des moyens, qu'ils concernent la communication, les compétences ou les temps de travail. Or, le manque de moyens est actuellement l'une des difficultés des associations pour se lancer dans cette démarche qui sera novatrice pour elles.

¹⁰ En région Centre, on compte non seulement le réseau des associations de Nature Centre, mais également d'autres réseaux d'associations travaillant sur le thème de la protection de l'environnement et dont la philosophie de travail est proche de celle de Nature Centre. On peut citer le Conservatoire du patrimoine naturel, les Centres Permanents d'initiatives pour l'environnement (CPIE), le Graine Centre (réseau régional d'éducation à l'environnement) ou la fédération des maisons de Loire.

Cette structuration du réseau favoriserait à terme la connaissance du secteur associatif environnemental en région Centre par les entreprises, grâce à la détermination et à l’affichage fort de valeurs communes et du projet associatif.

Ce collectif pourrait également centraliser les retours d’expériences et la communication qui pourrait en être faite au sein même du réseau associatif mais aussi auprès du secteur marchand.

De fait, les associations auraient une lisibilité plus forte. Cela pourrait notamment aider à lever un certain nombre de freins constatés actuellement entre les entreprises et les associations de protection de l’environnement.

La légitimité que cette organisation apporterait aux associations pourrait rendre les démarches plus aisées après des PME, mais également auprès de grandes entreprises, de clubs ou de comités d’entreprises, ainsi qu’auprès de tout autre relais potentiel.

Les APNE pourraient également faire valoir de façon plus forte les enjeux environnementaux et l’intérêt d’actions en leur faveur afin de pallier au manque d’information dans ce domaine, comme le laisse à penser le faible nombre d’actions de mécénat en faveur de l’environnement au niveau régional, comme vu précédemment.

Au-delà de ces premières pistes de travail, une réflexion supplémentaire semble primordiale. Il s’agit des possibilités que pourraient offrir le collectif pour mutualiser des moyens financiers collectés au nom de l’ensemble des associations du collectif, notamment auprès des entreprises les plus importantes.

En effet, l’analyse des bassins d’activités montre de grandes disparités départementales ; certaines associations n’auront pas l’opportunité de contacter certains établissements de grand nom implantés sur les grandes agglomérations de la région. Le principe de ces fonds réunis de façon collective, puis redistribués selon des règles à établir, pourrait être un élément de réponse supplémentaire face aux différences économiques des bassins d’emplois dans le Centre.

6.2.3 Conclusions

La mise en place d’un collectif d’associations de protection de l’environnement en région Centre semble être une démarche particulièrement intéressante car elle structurerait les APNE sur cette thématique et permettrait de lever un certain nombre de freins actuels.

Des réflexions préalables sont indispensables sur les modalités de fonctionnement du collectif et sur les moyens à mettre en œuvre. Un appui technique pour leur définition sera très certainement nécessaire.

Cependant, dès à présent, un certain nombre d’éléments peuvent être énoncés.

Concernant tout d’abord sa composition, le collectif pourrait non seulement rassembler Nature Centre et ses associations volontaires et souhaitant entrer dans cette démarche. Mais également des associations qui sont issues des autres réseaux de protection de l’environnement en région Centre. On peut notamment citer le Conservatoire du Patrimoine Naturel, les CPIE (Centre permanent d’initiative à l’environnement), les Maisons de Loire ou encore le GRAINE Centre (réseau d’éducation à l’environnement). L’intérêt d’ouvrir ce collectif à d’autres réseaux que celui de Nature Centre est de limiter sur le long terme la concurrence qui pourrait se développer entre les réseaux de la région.

En effet, les projets associatifs sont proches et souvent complémentaires, laissant parfois le non initié perplexe face au tissu associatif environnemental de la région. De plus, il faut s’attendre à ce que toutes les associations mettent en place, à plus ou moins long terme, une véritable stratégie de recherche de mécénats.

Parallèlement aux associations, la Conférence Permanente des Coordinations Associatives Centre (CPCA Centre) pourrait être invitée à participer au collectif.

Ce dernier pourrait également solliciter une personne, désignée comme « expert-conseil », extérieure au réseau des APNE et possédant une expérience du mécénat.

Le collectif pourrait aussi faire appel à des membres susceptibles d'être des relais auprès du secteur marchand.

Par la suite le collectif devra se doter de moyens, notamment en terme de communication, à la hauteur des enjeux du mécénat pour les APNE.

Ces moyens techniques et financiers, puis les outils, indispensables à la création et au fonctionnement du collectif, devront être trouvés auprès des partenaires actuels des associations, et qui, notamment, poussent les APNE à multiplier leurs démarches de recherche de fonds vers le secteur privé.

On pense, entre autres, au conseil régional du Centre qui a engagé une réflexion sur sa contribution éventuelle sur le thème du mécénat au profit des APNE.

Mais d'autres acteurs peuvent être envisagés comme les Dispositifs Locaux d'Accompagnement (DLA) et le Centre Régional de Ressources et d'Animation Centre (C2RA Centre).

6.3 UNE CONTRIBUTION DU CONSEIL REGIONAL DU CENTRE

Le Conseil Régional du Centre est actuellement en train de réfléchir à la forme éventuelle de sa contribution aux questions liées au développement de partenariats entre les associations de protection de l'environnement et le secteur marchand.

Il réfléchit notamment à la création d'une structure spécifique permettant de rassembler des moyens publics et privés sur le thème de l'environnement.

Après l'étude des différents cadres juridiques, il semblerait, qu'à ce jour, la structure la plus pertinente pour le conseil régional soit un Groupement d'Intérêt Public (GIP). Cependant, même si l'argumentaire développé ci-après prend en compte ce cadre, il paraît opportun de garder en mémoire que cette forme juridique ne sera peut-être pas celle retenue par la Région Centre si un tel dispositif voyait le jour.

Néanmoins, le principe de la mise en place d'une structure réunissant des fonds privés et des fonds publics autour des politiques régionales environnementales, sous un cadre juridique ou sous un autre, pousse Nature Centre à s'interroger sur les aspects que peut soulever un tel système.

6.3.1 Les points de vigilance

La première interrogation concernerait la notion de financement de la politique environnementale régionale par des fonds en partie privés.

Cette superposition de fonds publics et privés pour la réalisation d'opérations d'intérêt public pourrait être assimilée comme une amorce de désengagement des pouvoirs publics dans le domaine de l'environnement, ce que Nature Centre ne peut cautionner.

En second lieu, et tout particulièrement dans le cas d'un GIP, les associations de protection de l'environnement n'auraient, à priori, aucun droit décisionnaire sur l'origine des fonds privés collectés par la Région Centre via le dispositif hybride créé. Or, comme vu précédemment, le partenariat entre les APNE et certaines entreprises, ou certains secteurs marchands, peut être particulièrement difficile à gérer en terme d'image de marque.

Cela pourrait conduire à des situations complexes : les associations pourront-elles déontologiquement accepter le soutien financier qui émanerait pour partie de la Région Centre et d'autre part d'entreprises avec lesquelles elles sont en conflits d'intérêts ?

Un autre questionnement de la fédération des associations de protection de l'environnement en région Centre concerne le positionnement des entreprises vis-à-vis d'une structure « annexe » du conseil régional, en comparaison avec leur positionnement vis-à-vis des APNE.

Dans le cas de l'existence d'un dispositif alliant fonds publics et fonds privés en faveur de l'environnement, les entreprises pourraient se sentir plus en confiance pour attribuer leurs dons à cette structure, émanant d'une collectivité, plutôt que de contractualiser des partenariats avec des associations environnementales qu'elles connaissent mal et véhiculant encore un certain nombre d'à priori.

Les APNE se retrouveraient ainsi en concurrence directe avec cette structure pour la collecte de fonds privés issus du secteur marchand, d'autant que les avantages fiscaux seraient à priori les mêmes. Le projet associatif ne suffirait peut-être pas à faire la différence.

De plus, dans le cas où le conseil régional deviendrait l'intermédiaire entre le secteur marchand et le secteur associatif, les APNE seraient alors privées des contacts avec les entreprises. Or, ces derniers sont justement l'une des caractéristiques du mécénat qui doit avant tout se définir comme un échange mutuel entre les partenaires. Nous tomberions sur des critères proches du sponsoring, ce dernier n'étant pas satisfaisant au

regard des objectifs émergents au sein des APNE en ce qui concerne le partenariat avec le monde de l'entreprise.

Un autre point semble essentiel à soulever. Les Régions, au-delà de leurs compétences actuelles, vont devoir prendre en charge sous peu l'attribution des fonds européens (FEADER, FEDER ...), en lieu et place des préfectures.

Ainsi, le conseil régional du Centre cumulerait de nombreuses lignes budgétaires différentes et ouvertes aux associations. Avec la mise en place de ce dispositif d'hybridation fonds publics - fonds privés et les nouvelles compétences de la Région, les APNE n'auraient plus qu'un seul interlocuteur pour trois types de fonds : régionaux, européens et privés. Le budget alloué aux associations pourraient être lissé au fil du temps, sans réelles possibilités d'évolutions d'un type de fond ou d'un autre.

Avec la création d'une structure nouvelle, permettant de soutenir la politique régionale environnementale, se poseraient les questions liées à la part du budget apportée par la Région Centre pour les actions soutenues.

Dans le cas d'un fonctionnement de type « subvention », le budget susceptible d'être pris en charge par le dispositif serait compris, en théorie, entre 20 et 80%. A noter que la règle des 80% d'aides publiques devrait très certainement être maintenue : certains cadres juridiques pouvant offrir le statut de personne morale de droit public à la structure créée par le conseil régional (ex : GIP).

Donc, même dans le cas d'une aide à hauteur de 80%, cela ne réglerait pas les difficultés des associations pour obtenir les fonds complémentaires pour finaliser le budget des opérations, cela risquerait même de les accentuer. En effet, les associations, pour compléter le plan financier de l'action, ne pourraient plus se tourner vers les entreprises privées qui auraient déjà contribué au projet par l'intermédiaire de la structure émanant de la Région.

Dans le cas d'un financement à hauteur de 100%, via un cadre juridique approprié, cela poserait la question de l'assimilation de ces opérations à des prestations de services.

La première conséquence serait l'apparition de problématiques liées à la fiscalité de ces actions.

Mais surtout, celles-ci n'entreraient plus qu'uniquement dans le cadre de la seule politique régionale. Les APNE auraient donc moins la possibilité de proposer d'autres actions liées à leur projet associatif. Quelle serait alors la marge de manoeuvre de ces APNE lors de la présentation de leurs projets, notamment dans le cadre de conventions annuelles, multi thématiques et signées avec la Région Centre¹¹ ? Le risque à terme serait une perte d'espaces de discussions et une homogénéisation des actions soutenues via les services de la région Centre, au détriment du projet associatif des APNE.

[6.3.2 Les avantages](#)

La mise en place d'une structure, réunissant des fonds publics et privés par le conseil régional du Centre, pourrait avoir comme principal intérêt l'augmentation des fonds alloués à la politique environnementale régionale par l'injection de fonds privés, et grâce à la garantie apportée par la Région en terme de continuité dans le temps.

Par conséquent, les associations pourraient prétendre à un soutien financier plus conséquent de leurs actions.

¹¹ Ces conventions, dites « Vertes », contiennent les actions que l'association envisage sur une année en fonction de son projet associatif. Ces opérations peuvent recouper plusieurs enjeux environnementaux. Jusqu'à maintenant, les associations élaborent leur projet d'actions et sollicitent les différents co-financeurs en fonction du contenu de chaque action. Un projet global des différentes actions pour lesquelles la région est sollicitée est présenté aux services et aux élus régionaux.

6.3.3 Conclusion

La création par la Région Centre d'une structure spécifique réunissant des fonds publics et des fonds privés ne semble pas une démarche favorisant, au sein des APNE, le développement du mécénat.

Cette structure pourrait même être une difficulté supplémentaire pesant à terme sur le projet associatif et les comptes de résultats des associations.

Pendant, la contribution de la Région au développement des fonds issus du secteur marchand pour les associations pourrait prendre d'autres formes.

Ce soutien semble particulièrement pertinent s'il prend la forme d'une aide à la mise en place de la stratégie des APNE pour le développement du mécénat.

Il s'agirait alors d'apporter un soutien au collectif d'associations, constitué comme vu précédemment, pour qu'il trouve notamment les appuis techniques nécessaires pour sa mise en place et pour la création des outils spécifiques.

Il pourrait, par exemple, prendre alors la forme de soutiens financiers pour la réalisation d'études de faisabilité, d'études prospectives, ou d'une campagne de communication d'ambition conséquente.

7. PROPOSITIONS POUR UNE STRATEGIE DE RECHERCHE DE PARTENARIATS DE MECENAT DES APNE EN REGION CENTRE

Aux vues des différents éléments, quelques propositions peuvent être faites pour l'élaboration d'une stratégie de développement du mécénat au sein des associations de protection de l'environnement en région Centre.

7.1 LE MECENAT EN REGION CENTRE POUR QUELS OBJECTIFS ?

L'élaboration d'une stratégie de développement du mécénat au sein des APNE en région Centre passera par la définition des objectifs que souhaitent se fixer les associations dans ce domaine.

Au-delà des apports financiers évidents que le mécénat pourra dégager, il semble particulièrement intéressant que les associations envisagent aussi de développer le mécénat comme une source potentielle de mise à disposition de services et de compétences, notamment. Cet aspect pourra être un élément de réponse pour pallier, entre autres, au manque de bénévoles.

De plus, il est essentiel de garder à l'esprit que le partenariat mis en place grâce au mécénat peut être le vecteur privilégié pour sensibiliser de nouveaux publics, bénévoles et donateurs potentiels.

Concernant les aspects financiers, une réflexion préalable est indispensable sur la part des budgets que doit/peut représenter les fonds privés pour des opérations d'intérêt général. Il s'agit d'une question de fond sur le positionnement des associations vis-à-vis des pouvoirs publics qui poussent les APNE vers ce type de partenariats.

7.2. MODALITES D' ACTIONS

Les trois modalités d'actions vues précédemment pour le développement de partenariats de mécénat semblent en complémentarité les unes avec les autres et semblent dessiner une ébauche de stratégie d'actions.

En effet, la création d'un collectif d'APNE pourrait fournir le cadre de réflexion nécessaire à la mise en place d'une stratégie des associations de protection de l'environnement en région Centre pour la recherche de mécénat, et ce sur le long terme.

Ce groupe de travail aurait plusieurs objectifs :

- assurer une certaine cohésion et cohérence des APNE des réseaux de protection de l'environnement en région Centre,
- fournir aux associations une information pertinente sur le mécénat d'entreprise (définitions, statistiques, listings, bases de données, formations, etc) pour instaurer entre autres une culture du mécénat,
- élaborer des propositions sur les façons de faire et les valeurs des réseaux (charte des « valeurs », convention type, etc), avec la mise en place d'un comité de suivi afin d'assurer la continuité de cette cohérence d'actions,
- organiser des démarches communes, voire l'organisation d'une mutualisation de certains fonds collectés,
- élaborer les outils nécessaires, particulièrement en matière de communication (message identitaire, argumentaire type sur lequel pourra venir se greffer l'argumentaire propre à chaque action et à chaque association),
- mettre en place la mutualisation des moyens indispensables (mutualisation de postes par exemple),

- synthétiser et valoriser les actions soutenues par le secteur marchand au sein des APNE de la région,
- sensibiliser et informer les relais potentiels et les grands acteurs du mécénat régionaux sur le projet associatif des APNE en région Centre (mise en place de relations particulières pouvant par exemple aboutir à des actions collectives spécifiques).

L'élaboration et la mise en place de ce collectif ainsi que les premiers outils nécessaires pourrait bénéficier d'un soutien de la région Centre, souhaitant contribuer au développement de partenariats entre les associations et les entreprises, mais également du soutien des structures d'accompagnement du milieu associatif comme les DLA et les C2RA, ou tout autre acteur.

Par la suite, voire en parallèle en fonction de la stratégie retenue, chaque association locale pourra, avec l'appui du collectif si elle le souhaite, mettre en place sa propre politique de mécénat. Elle définira ses besoins et mettra en place ses démarches auprès des entreprises locales.

7.3. LES CIBLES POTENTIELLES

En s'appuyant sur les premières données collectées pour ce mémoire, les APNE devront prioritairement cibler les petites et moyennes entreprises de la région Centre dont les secteurs ont déjà une culture du mécénat en faveur de l'environnement (services, banques, assurances, ...).

Les entreprises affichant des valeurs autour du développement durable et de l'environnement pourront faire l'objet de démarches spécifiques avec cependant un point de vigilance autour des secteurs d'activités pour lesquelles les APNE pourraient entrer en conflit d'intérêts dans le cadre du débat public.

Par la suite, les associations pourront élargir le champ de recherche de partenariats, en parallèle des actions de communication qui pourraient être lancées par le collectif. Ainsi les démarches pourront concerner d'autres secteurs d'activités, ainsi que les comités d'entreprises notamment.

Une attention particulière sera portée auprès des relais potentiels entre le monde associatif environnemental et le secteur marchand potentiellement partenaire. Des opérations ciblées et adaptées seront à mettre en place afin d'identifier et de sensibiliser ces acteurs aux enjeux environnementaux et aux actions des APNE.

CONCLUSION

Les associations de protection de la nature et de l'environnement en région Centre n'ont jusqu'à ce jour pas développé d'actions en faveur d'une véritable politique de mécénat.

Le potentiel d'évolution dans ce domaine est donc réel, d'autant que l'intérêt pour les notions d'environnement et de développement durable est croissant au sein des entreprises déjà ou potentiellement mécènes.

Le mécénat pourrait être pour les APNE du Centre un élément de réponse à certaines des difficultés qu'elles rencontrent, notamment en terme financier mais également en terme de ressources humaines et de compétences.

Le fait qu'aucune stratégie n'existe sur cette thématique, offre aux associations la possibilité de créer dès le départ une démarche cohérente et structurée auprès du secteur marchand par la mise en place d'une organisation spécifique entre les réseaux d'associations de protection de l'environnement en région Centre.

Ce collectif, en établissant un lieu de débats et de réflexion, permettrait non seulement de réaliser des outils adaptés, mais également de mobiliser des partenaires autour d'une stratégie pertinente.

Les APNE ont amorcé depuis quelques temps les premières réflexions dans ce domaine et un certain nombre de leurs interlocuteurs habituels semblent disposés à les accompagner dans cette démarche.

Cependant, un large travail de fond reste à réaliser dans les mois à venir.

ANNEXES

1. Les associations de Nature Centre
2. Le rôle de médiateurs et d'animateurs du débat public des militants des associations de protection de la nature et de l'environnement
3. Définition du mécénat
4. Bibliographie

Annexe 1- **Les associations de Nature Centre**

1. Les associations généralistes

Association pour la protection du site de la rivière du Loiret et de son bassin versant (APSL) – Orléans (45)

Centre permanent d'initiatives pour l'environnement Touraine Val de Loire (CPIE) – Seuilly (37)

Eure et loire nature – Morancez (28)

Indre nature – Châteauroux (36)

Les naturalistes orléanais et de loire moyenne – Orléans (45)

Loir et cher nature – Blois (41)

Nature 18 – Bourges (18)

Perche nature – Mondoubleau (41)

Société d'étude, de protection et d'aménagement de la nature en Touraine (SEPANT) – Tours (37)

Sologne nature environnement – Romorantin (41)

2. Les associations thématiques

Association pour la protection de l'environnement du Val de Voise – Yermenonville (28)

Club jeunes nature animaux – Villemalard (41)

Gâtinais nature – Amilly (45)

Ligue pour la protection des oiseaux en Touraine (LPO Touraine) – Saint Cyr sur Loire (37)

Société des amis du muséum et des naturalistes d'Eure et Loir – Chartres (28)

Société d'orchidophilie centre Loire – Saint Hilaire Saint Mesmin (45)

Annexe 2 - **Le rôle de médiateurs et d'animateurs du débat public des militants des associations de protection de la nature et de l'environnement**

Extraits de l'article « Quelle politique de l'Etat vis-à-vis des associations du secteur de l'environnement ? » Octobre 2005

Dossier complet réalisé par Nature Centre, consultable sur le site de la CPCA Centre : http://www.associations.regioncentre.fr/home/debat.php?id_sujet=28

[...]

« Au-delà des simples questions financières, quelle place pour les APNE ?

Même si les associations de protection de la nature et de l'environnement se sont professionnalisées significativement ces dernières années, il n'en reste pas moins que le coeur de leur action reste porté par des bénévoles actifs qui administrent et assument la responsabilité politique des positions défendues par l'association.

C'est principalement cette particularité du statut associatif qui lui confère une place particulière au sein de la société, notamment dans le domaine de l'environnement où le processus d'association du public aux choix d'aménagement est le plus développé.

Un gigantesque potentiel d'expertise

C'est aussi ce bénévolat qui a permis au mouvement associatif d'acquérir une somme impressionnante de connaissances à un coût acceptable pour la collectivité.

C'est en grande partie grâce à ce bénévolat, désintéressé, loin de tout intérêt personnel ou financier, que les associations de protection de la nature et de l'environnement restent les structures en qui les citoyens placent le plus leur confiance pour les informer et pour agir en faveur de l'intérêt général.

Elles représentent donc un gigantesque potentiel d'expertises et elles ont toutes légitimités pour tenir un rôle de veille, d'alerte et de proposition.

Un maillage du territoire

C'est à partir de cette assise sociale qu'elles agissent, sur le terrain en participant aux enquêtes publiques entre autres, dans les différentes instances de concertation, aux niveaux international, national, régional, départemental et local, auprès de l'Etat comme des structures territoriales.

Elles expriment alors les préoccupations des habitants d'une région, d'une contrée, d'un quartier ou des usagers d'un service public. Bref, elles font entendre la voix du simple citoyen.

Des contributions reconnues comme indispensables

Ainsi les militants associatifs sont reconnus indispensables, et leurs contributions critiques, un enrichissement pour la collectivité.

Leur travail d'observation apparaît primordial puisqu'il permet de repérer les non-dits, le non-respect de l'intérêt général et donc, en les dénonçant, de contribuer à une meilleure utilisation des fonds publics.

Un rééquilibrage en faveur de l'intérêt général

Ce rôle de "médiateur civil" permet un rééquilibrage des décisions en faveur de la prise en compte de l'intérêt général.

Dans le système de la démocratie représentative, le groupe des "médiateurs civils" représente le quatrième pilier d'un trio déjà bien installé, à savoir : les acteurs socio-économiques, le champ politique et l'administration qui rencontrent des difficultés croissantes pour animer les politiques publiques.

Une régulation citoyenne

Il est indispensable, que l'on garde dans le traditionnel jeu politique les moyens de la régulation citoyenne et d'une démocratie participative : les associations de protection de la nature et de l'environnement, forte de leur bénévoles soutenus par leurs salariés, sont en bonne place pour remplir ce rôle.

Une pression très forte

Négligeant cette composante bénévole et ses impacts, le désengagement de l'Etat est également assorti d'une pression très forte pour que les associations de protection de la nature et de l'environnement trouvent les moyens de leur fonctionnement en proposant des « prestations », en intégrant le « marché ».

Une telle orientation serait contraire à l'éthique du mouvement associatif de protection de la nature et de l'environnement, ferait perdre aux militants ce rôle si précieux de médiateur et d'animateur du débat public, pour enfin transformer les associations en bureaux d'études, ou en entreprises de communication à vocation commerciale, désertés par l'engagement citoyen.

Les tentatives de confiscation du travail associatif de production de données, de veille, de suivi et d'évaluation au profit de services techniques ou d'organismes entièrement contrôlés ou instrumentalisés, posent clairement la question de savoir si l'on veut promouvoir une démocratie citoyenne sans associations indépendantes et ayant les moyens d'assumer leur rôle, comme d'autres voudraient des négociations sociales sans syndicats, ou un débat politique sans partis ? »

Extrait d'un article de Nature Centre « Les associations à bénévoles gouvernants, responsables et actifs » - Juillet 2006 (en cours de proposition auprès de la CPCA Centre)

[...] « Le bénévolat: permettre l'impertinence salutaire

C'est bien en s'appuyant sur cette forme particulière de bénévolat que les associations de protection de la nature et de l'environnement entendent continuer à tenir avec impertinence des propos pertinents et contribuer ainsi à l'avancement des idées dans toutes les sphères de la société, et notamment dans les lieux où se forment la décision publique. Ce bénévolat « militant » est certainement aujourd'hui l'une des principales expressions d'une nouvelle dynamique citoyenne. »

Annexe 3 – **Définition du mécénat**

Le mécénat est un soutien matériel apporté sans contrepartie directe et proportionnée, pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. C'est donc une intention libérale et désintéressée.

A contrario, le parrainage (ou sponsoring), est un soutien matériel apporté à une manifestation, une personne, un produit ou une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct. C'est donc une intention commerciale, publicitaire.

Le mécénat permet de valoriser le nom de l'entreprise alors que le parrainage ne vise en général qu'à le faire connaître.

La loi sur le mécénat date du 1^{er} août 2003 (effet rétro actif au 1^{er} janvier 2003) avec une instruction du 13 juillet 2004 (4C-5-04)

Le mécénat peut induire une déduction fiscale de 60% dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires. Les contreparties peuvent être égales à hauteur de 25% du montant versé.

Annexe 4 - **Bibliographie**

Répertoire du mécénat d'entreprise 2001-2002, ADMICAL

Le mécénat en faveur de l'environnement en 2000, ADMICAL

Les chiffres clés du mécénat d'entreprise 2005 - résultat de l'enquête ADMICAL CSA, ADMICAL

Bénévolat de compétences, une nouvelle forme de bénévolat, France Bénévolat - Volunteer (Octavie Baculard) – 2003

Panorama 2006 des fondations d'entreprises. Créer sa fondation d'entreprises : quelles motivations ? Ernst & Young – janvier 2006

Création d'une fondation régionale pour l'environnement, Note Conseil régional du Centre du service affaires juridiques – février 2005

Réflexions sur une méthodologie à construire autour de la recherche de fonds privés, Nature Centre - 2005