

PER-
THE-
ME

MECENES
EN
SCENE

SPECTACLES
VIVANTS
ARTS

SOCIAL
MARKET

speed-meeting culture |
rencontre de l'art
&
de l'entreprise

MENTOR
FORUMS

ARTS
COUNCIL
FUND

dans le cadre de la loi du 1er Août 2003
en faveur du mécénat, des associations & des fondations

SOMMAIRE

2 LE MOT DE CHARLES BERLING

3 LA VOCATION DE MÉCÈNES EN SCÈNE

4 LES AVANTAGES DU MÉCÉNAT

6 L'ÉQUIPE

8 LES PARTENAIRES

9 AGENDA

LE MOT
DE
CHARLES BERLING



Charles Berling, comédien, parrain de Mécènes en Scène

« C'est avec joie que je parraine une telle association. Le paysage culturel et en particulier son mode de financement est depuis quelques années en pleine mutation. Le mécénat est en passe de devenir une source importante pour la création en France. Voilà pourquoi une telle association mérite le soutien de tous ceux qui aiment et défendent la culture sous toutes ses formes. »

LA VOCATION DE MÉCÈNES EN SCÈNE

Mécènes en Scène est une association dont le but est de construire des ponts entre les mondes de l'entreprise et de la culture

«Mécènes en scène» est une association loi 1901 créée en mai 2006 qui a pour but de mettre en relation des entreprises et des porteurs de projets culturels à l'occasion de soirées basées sur le principe du speed dating. Pour la première fois, les entrepreneurs et les porteurs de projet entrent en scène pour initier le premier acte d'un dialogue partenarial.

Suite à un appel à projets national, les candidatures des acteurs culturels seront sélectionnées en octobre par un jury de personnalités représentatives du monde de l'entreprise et de la culture.

La première soirée aura lieu à Paris au mois de mars 2007 et réunira 10 entreprises et 10 porteurs de projets culturels.



SI CETTE PREMIÈRE ÉDITION SE VEUT PLURIDISCIPLINAIRE, LES RENCONTRES SUIVANTES SERONT DÉCLINÉES PAR DISCIPLINE ARTISTIQUE.

Les acteurs culturels et les représentants d'entreprises auront l'occasion de faire connaissance en 7 minutes, chacun exposant ses besoins et ses

attentes réciproques dans la perspective de former un partenariat.

Un suivi des résultats de cette première rencontre permettra à l'association «Mécènes en scène» d'optimiser les futures rencontres Culture / Entreprise. En effet, notre association souhaite assurer la pérennité de cette aventure.

Si cette première édition se veut pluridisciplinaire, les rencontres postérieures seront déclinées par discipline artistique et pourront être associées à des manifestations culturelles spécialisées (FIAC, Festival d'Avignon, Paris-Photo, Festival d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence...)



LES AVANTAGES DU MÉCÉNAT

Le mécénat, un projet d'investissement corporate

Les PME, un univers diversifié, caractérisé par :

1. une clientèle constituée d'entreprises ou de clients influents ;
2. la dépendance de quelques clients clef ;
3. l'identification de quelques concurrents effectifs ;
4. qui évolue dans des marchés très segmentés et restreints.

Dans ce contexte, le mécénat est un outil marketing stratégique pour les PME :

1. lorsque des grands groupes monopolisent les canaux de publicité ;
2. lorsqu'elle vise une audience difficilement accessible ;
3. lorsque la publicité est incompatible avec l'image de l'entreprise ;
4. lorsque le client est un regroupement ;
5. lorsque l'affichage de l'entreprise est critique ;
6. pour contrecarrer les effets négatifs des campagnes publicitaires.

Le mécénat n'est donc pas de la philanthropie ou une campagne publicitaire avec une valeur ajoutée. Le mécénat est une démarche proactive et témoigne du dynamisme de l'entreprise. Le mécénat, pour les PME en particulier, est un investissement venant soutenir l'orientation générale de l'entreprise tout comme ses objectifs marketing.

Les entreprises mécènes visent, notamment, à nourrir leur communication, à favoriser la cohésion interne, à répondre à un besoin des communautés et des territoires où elles sont implantées. C'est pourquoi le mécénat peut, et doit répondre aux critères classiques de tout investissement : définition d'objectifs, allocation de moyens, évaluation, ROI, etc.



Sensibilisées à de nouvelles problématiques et confrontées à des publics inhabituels, les entreprises enrichissent leur réflexion sur les offres et les process. Véritables laboratoires de recherche, les activités sociales (ex. universités, associations, groupement de consommateurs, syndicats, think tanks) permettent aux entreprises d'innover dans leurs échanges, leurs méthodes et leurs produits.

Dans un marché de plus en plus uniforme, l'un des enjeux principaux pour une entreprise est de se démarquer de la concurrence. La société civile constitue une mine d'idées pour l'entreprise : tout ce qu'elle connaît nourrit son analyse stratégique des opportunités de marché et sa connaissance de l'évolution des enjeux sociétaux.

De façon plus générale, un programme de mécénat répond à des buts de long terme :

- le mécénat est un outil CSR, parce que l'entreprise est perçue comme un acteur social actif. Aussi le mécénat affecte-t-il positivement son image corporate et sa capacité d'influence ;
- il affecte également son chiffre d'affaires (ventes, produit partage...), sa capacité à recourir aux marchés financiers (emprunts, nouveaux investisseurs...) ;
- en raison de la mobilisation de ses parties prenantes (employés, partenaires, clients, fournisseurs...) le mécénat est également un outil de gestion de ressources humaines, de CRM... ;
- le mécénat affecte positivement la capacité d'innovation d'une entreprise et l'aide à devenir plus compétitive, à la pointe du progrès (bénéficiaire d'une expertise sur un sujet, un public)
- finalement, le mécénat est aussi un volet fiscal non négligeable.



L'ÉQUIPE

L'idée de Mécènes en Scène a été conçue par un groupe d'anciens étudiants passionnés par les arts et la culture, désireux de créer des ponts entre deux univers que la loi sur le mécénat souhaite rapprocher

AMANDINE SOULIER, PRESIDENTE _

Institut Supérieur de Management Public et Politique (ISMAPP), Master de «Stratégie et Décision Publique et Politique».

Institut d'Études Supérieures des Arts, 3^è Cycle de «Conduite de Projets Culturels».

Université de Droit de Nice, Maîtrise de Sciences Politiques.

Université de Droit de Nice, DEUG de Droit.

« Après plusieurs stages au sein d'agences de communication, dont une expérience de six mois en tant que chef de projets, j'ai eu l'occasion de mettre en pratique ma formation à l'IESA en initiant et en organisant deux expositions d'art plastique à Paris. Administratrice de l'Orchestre Maestria depuis 2005, je suis également stagiaire à la Direction de la Communication du Groupe AXA auprès du responsable des actions de mécénat ».

OLIVIA ITHURBIDE, SECRETAIRE _

Ecole Supérieure d'économie, d'art et de communication (Groupe EAC), Troisième cycle « Conduite de projets culturels ».

« La formation de médiation culturelle que j'ai suivie à l'EAC, mon stage dans une agence de communication culturelle ainsi que mon mémoire de fin d'études sur

l'art en entreprise, m'ont amenée à réfléchir sur les différents liens qui pouvaient exister entre le milieu artistique et l'entreprise en tant qu'institution. « Mécènes en scène » propose de stimuler et de développer ces liens encore trop timides, trop fragiles et d'envisager des partenariats plus dynamiques, plus riches entre deux mondes qui ont de plus en plus besoin l'un de l'autre. Cette approche me séduit, me motive et me pousse à croire que des initiatives originales, simples et innovantes doivent être mises en place ».

IGERN REGINO, TRESORIERE _

Sciences Po Paris , Master de Finances.

Université de Cambridge, Licence en Sciences politiques et sociales.

« Doctorante en économie, j'anime une conférence de méthode à Sciences Po Paris. Parallèlement à ma thèse, j'ai eu l'opportunité de travailler dans les services financiers et les affaires publiques, respectivement dans une boutique en corporate finance à la City puis dans une agence américaine spécialisée dans le lobbying. J'ai aussi eu l'opportunité d'effectuer un stage de longue durée dans une agence gouvernementale, dont l'activité était la conduite de projets internationaux dans le secteur public –ex. reengineering institutionnel, restructurations financières et organisationnelles. »



SOPHIE TUFFNELL _

Bordeaux-Ecole de Management, Lauréate du « Prix du Mécénat Culturel » remis le 15 mars 2005 par Renaud Donnedieu de Vabres.

Université Michel de Montaigne, Bordeaux III, DEUG LEA Anglais-Japonais.

« Après un stage de 6 mois au département « mécénat » des Arts décoratifs à Paris, j'ai le plaisir de travailler au Centre de Musique Baroque de Versailles depuis octobre 2005 pour proposer aux entreprises des partenariats sur mesure, qui tout à la fois répondent à leurs objectifs de communication institutionnelle et soutiennent les activités de cette association reconnue d'utilité publique ».

CLAIRE TRANCHANT _

EDHEC Lille, Majeure « Management culturel ».

« Dans le cadre de mon cursus à l'EDHEC Lille (Ecole supérieure de commerce), j'ai travaillé aux côtés de l'équipe des relations publiques du Théâtre du Rond-Point pendant la saison 2003/2004. J'ai suivi une spécialisation en Management culturel et solidaire. Dans le cadre de mon stage de fin d'études, j'ai découvert le bureau de production Et bientôt... en mars 2005 en tant que stagiaire attachée à la production, avant d'intégrer son équipe en septembre 2005 en qualité de chargée de gestion et de production ».

STEPHANE AMOUR _

ESSEC, Master de « Management Opérationnel ».

« Mon cursus scientifique et mon goût pour la communication pédagogique m'ont amené à la médiation culturelle. Six ans d'ingénierie culturelle m'ont sensibilisé à l'enjeu des financements privés. Après un master de Management appliqué au mécénat par le biais de stages au Ministère de la culture et à l'IMS, je me destine au développement de partenariats gagnants / gagnants entre entreprises et porteurs de projets ».

FRANCESCA MAGNI _

Institut Supérieur des Arts, 3è Cycle « Gestion de projets culturels ».

« Après des études axées sur le commerce international, j'ai occupé pendant huit ans différents postes dans le secteur tertiaire. Parallèlement à cette activité professionnelle, j'ai pu assouvir ma passion pour le spectacle vivant via la création d'une compagnie de théâtre, la compagnie Cow may dial. Cette expérience m'a permis d'appréhender la gestion d'une structure culturelle dans sa globalité. J'ai également eu l'opportunité de travailler avec d'autres compagnies théâtrales professionnelles. Ainsi, j'ai décidé d'orienter ma carrière vers la conduite de projets culturels. Après une formation à l'Institut d'Etudes Supérieures des Arts (IESA), j'ai intégré La Strada & Cies, une agence de presse, diffusion et de relations publiques spécialisée dans le spectacle vivant, où je mène de front plusieurs activités comme par exemple la recherche de production ou les relations presse ».

RALPH BUCHTER _

Sorbonne - Centre de recherche HEC, DEA de « Gestion des Organisations ».

« Après un parcours professionnel éclectique et diversifié passant du théâtre aux métiers de la banque et de la finance puis des activités cinématographiques aux métiers de l'enseignement, je suis aujourd'hui associé d'une société de formation et exerce des activités associatives dans le domaine social, organisant notamment le première Journée Nationale de la Diversité en France. Les mélanges des cultures et des horizons me sont toujours apparus comme une évidence et comme la vie est avant tout faite de rencontres c'est avec bonheur que j'ai intégré l'équipe de Mécènes en Scènes, carrefour des rencontres éclectiques... »



LES PARTENAIRES



La Strada et Compagnies _

La Strada et Compagnies, fondée en 1993 par Catherine Guizard, est une structure de presse, production et relation publique qui œuvre pour une pleine reconnaissance des différentes expressions du spectacle vivant comme le cirque, la danse, le chant et le théâtre.

Cette agence travaille avec des théâtres nationaux, des scènes conventionnées et pour différents festivals comme celui d'Avignon notamment.

La Strada et compagnies s'engage à apporter un soutien logistique et bureau-tique à la communication sur l'événement.



Lizarine _

L'Agence Lizarine est spécialisée en ingénierie culturelle. Elle apporte un conseil en matière de mécénat auprès des fondations et conduit la création et la diffusion d'événements culturels.

L'Agence s'engage à dispenser une demi-journée de formation à la loi d'août 2003 sur le mécénat aux entreprises participantes.

AGENDA

novembre 2006_

- Elaboration du dossier de presse / communication (présentation du projet de l'association et des personnes engagées dans le projet)

décembre 2006_

- Envoi des dossiers avec le communiqué et une invitation à la presse mensuelle
- Recherche de partenariats presse (hebdomadaires, mensuels et radio).

janvier 2007_

- Envoi du dossier de presse et des invitations à la presse hebdomadaire économique et généraliste.
- Envoi du communiqué de presse à l'ensemble des supports.
- Annonce de l'événement sur les différents sites internet.

février 2007_

- Envoi des dossiers à la presse nationale quotidienne et les radios.
- Gestion des interviews avec la presse. Interview de quelqu'un gérant le projet, en compagnie du parrain ou de la marraine de l'événement.
- Interview croisé jury et artiste participant au speedmeeting culturel.

mars 2007_

- Soirée de Speed Meeting Culture / Entreprise, à Paris
- Suivi des projets et des prises de contact
- Bilan avec les partenaires

mi 2007_

- Elaboration d'une seconde rencontre Culture / Entreprises

contact_

Mécènes en Scène
Amandine Soulier

8, rue Chabanais
75002 Paris
contact@mecenesenscene.org
06 16 91 53 74

