

Le speed coaching donne une chance aux projets culturels

MÉCÉNAT

DIDIER BÉCLARD

Vendredi, dix personnalités issues du secteur privé proposent leurs compétences en matière de gestion, de communication ou de stratégie aux porteurs de projet culturel, socioculturel ou du patrimoine.

À l'occasion du Brussels Creative Forum qui se tient ces 28 et 29 août à Bruxelles, l'ASBL Prométhéa, qui promeut le mécénat d'entreprise dans le domaine des arts et du patrimoine, organise, en collaboration avec Toolbox, des rendez-vous de speed coaching à destination de tout porteur de projet dans le domaine culturel, socioculturel ou du patrimoine. Concrètement, dix personnalités issues du secteur privé proposeront leurs compétences en matière de gestion, de communication ou de stratégie, et offriront leur regard d'experts lors d'un entretien individuel de 30 minutes, le 28 août après-midi.

Parmi les participants à ces rencontres, Chloé Thibault du Musée René Magritte, situé à Jette, entend mettre à profit ce contact pour mieux comprendre comment approcher les mécènes. Le musée, soutenu par la Région bruxelloise et la commune de

Jette, envisage d'agrandir son espace d'exposition pour créer un véritable musée d'art abstrait. *«C'est le bon moment, explique Chloé Thibault, nous lançons les demandes de mécénat en septembre-octobre mais nous n'avons pas de formation en management culturel et nous n'avons pas l'habitude de ce genre de démarche. Nous attendons donc un avis critique sur le dossier que nous avons monté.»*

Marie Remacle du MADMusée à Liège qui abrite une collection d'art brut contemporain s'inscrit dans la même démarche. *«D'ici quelques mois, nous bénéficierons d'un nouvel espace d'exposition, explique-t-elle. Nous avons deux ans pour tout mettre en place et créer des liens avec des mécènes et des sponsors afin d'étendre le réseau de partenaires privés.»* Le MAD musée qui est soutenu par la Communauté française, la Région wallonne, la Ville de Liège et l'ASBL Creahm, a déjà un partenariat avec Duvel-Mortgat mais souhaite développer d'autres partenariats afin de renforcer sa politique d'acquisition.

Les experts

Du côté des experts qui recevront les porteurs de projets, Philippe Jaumain, sponsoring, events & art management chez ING, entend apporter le regard de ceux à qui ils soumettent leur dossier afin de peaufiner leur projet. *«Parfois, il manque d'éléments*

valorisables pour nous, commente-t-il. On voit parfois une sorte de naïveté dans le type de partenariats qui nous sont proposés et une forme d'approximation dans les montants demandés par rapport au projet. Nous devons leur faire prendre conscience de notre réalité d'entreprise et de ce qui se fait par ailleurs. Avec ce type de rencontre, nous pouvons aider un porteur de projet à le repositionner pour éventuellement aller frapper à d'autres portes.»

Philippe Edgar Detry, responsable du mécénat à la Loterie Nationale, le *«premier mécène du pays»*, dit-il, a accepté de se prêter au jeu afin d'apporter ses conseils et de mieux guider les porteurs de projets. *«Il n'est pas toujours simple de savoir comment sensibiliser un intervenant à son projet, reconnaît-il. Nous sommes très sollicités, il faut donc trouver l'angle par lequel il convient d'attirer le regard du sponsor ou du mécène. Il faut déjà aussi faire la distinction entre mécénat et sponsoring, ce qui n'est pas clair pour tout le monde et nous pouvons également leur donner des idées par rapport à leurs propres activités.»* Il cite l'exemple de la forme juridique qui n'est pas toujours adaptée. Le conseil ira donc vers l'adoption d'un statut d'ASBL ou de fondation d'utilité publique. *«Beaucoup de porteurs de projets en défendent le fond, ajoute-t-il, mais pas la forme qui est souvent négligée alors qu'elle est indispensable.»*