

DIVERSIFIEZ VOS RESSOURCES PROPRE

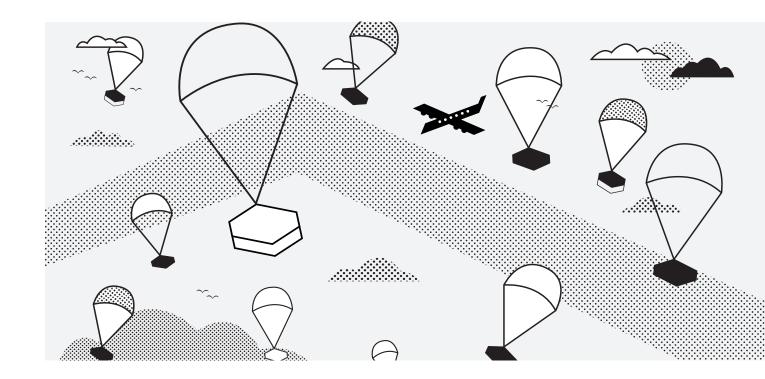
La question du développement et de la diversification des ressources propres est au centre des préoccupations de la plupart des institutions culturelles. La situation sanitaire et ses conséquences souvent désastreuses, la baisse des dotations de l'État ou la concurrence croissante d'une offre culturelle pléthorique contraignent fortement les budgets d'établissements culturels déjà sous pression. Le développement et la diversification des ressources propres peuvent aller de la privatisation d'espaces à la concession de prestation, en passant par la vente ou la location d'expositions clés en main, la location d'œuvres, la valorisation des marques ou encore l'ouverture de librairies-boutiques.

Un autre moyen de diversifier ses ressources est d'avoir recours à la philanthropie, domaine d'expertise de Gus Adler & Filles.

Sujet vaste et complexe, le mécénat peut prendre de nombreuses formes : campagne de levée de fonds auprès de grands donateurs, campagne de financement participatif, mécénat auprès des entreprises, mécénat auprès des particuliers, société d'Amis, *American Friends*, recours aux bourses, aux fonds publics...

Beaucoup se lancent sans stratégie, sans objectif, sans méthodologie, sans porteurs de projets. L'élan initial finit généralement par s'essouffler, les équipes se découragent, la direction s'impatiente, et bien souvent, la démarche mécénat est interrompue. Se lancer dans le mécénat demande une vision, un cadre, des équipes professionnelles, ainsi que beaucoup de patience et de persévérance.

Notre objectif est de vous accompagner, vous et vos porteurs de projets, dans la définition d'objectifs de levée de fonds, l'élaboration d'une stratégie appropriée et l'application de ses moyens de mise en œuvre, jusqu'à atteindre une complète autonomie.



« LE MÉCÉNAT, ÇA SERT À QUOI ? » :

À récolter de l'argent, bien entendu, mais aussi à :

- · augmenter sa visibilité;
- revisiter la politique culturelle de son établissement;
- développer et diversifier son réseau;
- fédérer ses agents et son public autour de projets porteurs.

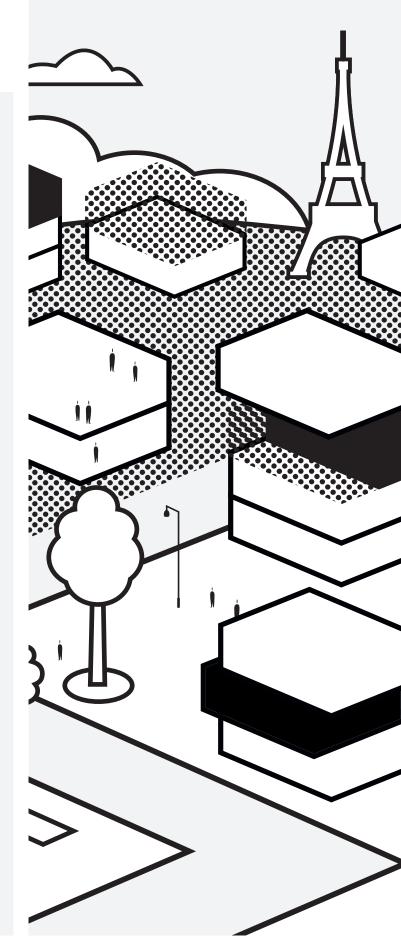
DEUX PRINCIPES ESSENTIELS AU BON FONCTIONNEMENT D'UNE STRATÉGIE MÉCÉNAT

Principe n°1 – la démarche mécénat est portée par la direction :

- les n°1 et n°2 de l'institution sont les premiers ambassadeurs de la stratégie de mécénat;
- le service concerné la mission, le département, la direction – doit être étroitement rattaché à la direction de l'institution – présidence, conseil d'administration, direction générale.

Principe n°2 - investir pour développer :

- la démarche mécénat demande du temps et passe systématiquement par une phase d'investissement financier – ce qui n'exclut évidemment pas l'autofinancement à moyen terme;
- la démarche de mécénat requiert d'y dédier des ressources humaines en adéquation avec ses objectifs financiers, son nombre de cibles...



DÉFINIR VOTRE STRATÉGIE ET FIXER VOS OBJECTIFS

La stratégie de mécénat, ses objectifs de levée de fonds et ses outils de mise en œuvre doivent être propres à chaque structure, en refléter le fonctionnement et les particularités, et en porter haut les valeurs.

Que votre stratégie soit territoriale ou internationale, adaptée aux besoins d'un projet spécifique ou de votre établissement tout entier, limitée dans le temps ou appelée à durer, elle se doit de refléter l'identité et la raison d'être de votre structure.

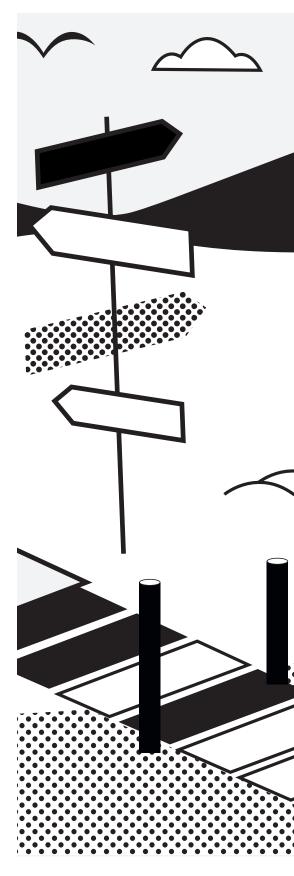
C'est en rédigeant votre case for support – votre argumentaire de campagne – que nous explorons ces questions fondamentales. Le case for support est un document stratégique incontournable, la pierre angulaire de votre levée de fonds et l'expression de votre politique culturelle. C'est pourquoi nous apportons une attention toute particulière à sa rédaction, phase décisive dans l'élaboration de votre stratégie mécénat.

L'objectif principal du case for support est de convaincre vos donateurs de donner. Il raconte l'histoire et les valeurs de l'établissement, en définit les missions, en présente la politique et ses portées territoriales, sociales, culturelles ou environnementales, et permet de fédérer donateurs et acteurs autour d'une vision claire et d'objectifs ambitieux. Il présente le « qui ? Quoi ? Pourquoi ? Et quand ? » du projet pour lequel vous levez des fonds. Il répond à la question : « Que se passerait-il si vous n'existiez pas ? » Il expose clairement au donateur en quoi votre projet fait sens et comment il fonctionne.

Il convient également de déterminer les objectifs financiers de votre stratégie mécénat : suffisamment ambitieux pour rencontrer l'adhésion de vos employés et de vos futurs donateurs, ils doivent cependant être suffisamment réalistes pour ne pas mettre en péril la viabilité du plan de stratégie.

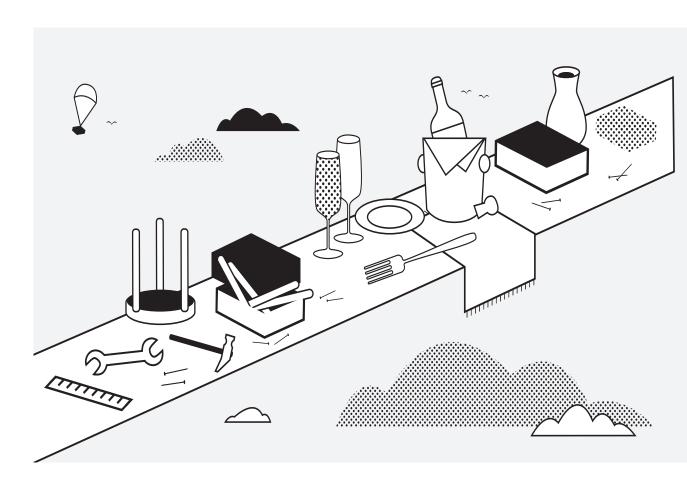
Enfin, nous confectionnons les outils et sélectionnons les véhicules les mieux adaptés à votre développement et à la mise en œuvre de votre levée de fonds :

- en externe une société d'Amis, une fondation, un fonds de dotation, des *American Friends*, etc.
- en interne via un département ou un service dédié au mécénat; des campagnes de levées de fonds auprès de grands donateurs, des campagnes de financement participatifs, des dossier de bourses...



LES QUESTIONS À SE POSER POUR BÂTIR UNE STRATÉGIE ET FIXER DES OBJECTIFS ATTEIGNABLES :

- quel est l'objet, ou quels sont les objets bénéficiaire(s) de la démarche mécénat ?
- quel est l'objectif financier et sa périodicité ?
- quel est le temps dont l'institution dispose (semaines, mois, années)?
- quel est le budget que l'institution est disposée à allouer à la démarche mécénat?
- · quelles sont les ressources humaines à disposition?
- · quelles sont les cibles ?
- quelle est la portée géographique et sociale de l'activité de l'institution ? Quelle sera-t-elle demain ?
- quelle image l'institution renvoie-t-elle ? Quelle est-elle à l'étranger ?
- · quels sont les forces et faiblesses de l'institution?
- que peut offrir l'institution à ses donateurs ? Qu'a-t-elle de plus à offrir que d'autres ?
- sur quels services ou départements l'institution peut-elle s'appuyer à court, moyen et long terme ? Quels sont, à l'inverse, les services qui peuvent freiner ce développement ?











METTRE EN ŒUVRE VOTRE STRATÉGIE MÉCÉNAT

L'usage veut qu'une société de conseil remette des préconisations après une première phase de diagnostic. Or, conseiller est une chose, mais s'assurer que les conseils prodigués soient effectivement les bons et puissent être appliqués de façon pérenne et efficace en est une autre.

C'est pourquoi notre approche du conseil est basée sur un accompagnement pas à pas : de la phase d'étude à la mise en œuvre finale de la stratégie de mécénat, nous restons à vos côtés, vous conseillons et vous assistons tout au long de votre développement, grâce notamment à des outils de suivi opérationnel – points et retours réguliers, formations, etc. –, et ce jusqu'à ce que tout fonctionne.

Notre mission ne prend fin qu'au bout de ce processus.

Chemin faisant, nous abordons avec vous toutes les dimensions relatives à la constitution d'une stratégie de mécénat et vous apportons les outils et les moyens de la mettre en œuvre :

- budgétisation ;
- analyse de la communication;
- conception d'outils et de supports de communication adaptés (site web, newsletters, réseaux sociaux, brochures, etc.);
- animation des campagnes;
- rédaction des documents (français et anglais);
- graphisme et identité visuelle (sur demande);
- · coaching et formation des équipes ;
- outils d'évaluations et de suivi;
- outils de planification et de procédures de travail.

Pour ce faire, nous apportons une attention toute particulière à trois aspects fondamentaux de notre démarche d'accompagnement en stratégie de mécénat :

- une planification stratégique et budgétaire méticuleuse le budget doit refléter des délais de planification adéquats;
- une optimisation des ressources existantes, en s'appuyant sur l'expérience et les retours des équipes en place;
- des outils d'évaluation et de suivi efficaces reporting régulier, outils de gestion et de procédure de travail, planification à court, moyen et long terme.

STRUCTURATION ET GOUVERNANCE

Choix de la forme juridique

- > association loi 1901, fonds de dotation, fondation reconnue d'utilité publique, etc.
- > une association loi américaine 501 (c)(3)
- > véhicule existant (Fondation Roi Baudouin, French Heritage Society, Fondation de France, French American Cultural Society...)

Constitution de la structure porteuse

- accompagnement à la rédaction des statuts et des conventions
- > pilotage des démarches administratives de création
- > pilotage de la consultation juridique
- > accompagnement à l'obtention du rescrit fiscal et assistance aux démarches administratives – déclaration de l'association, demande d'exemption de taxes, etc.

Gouvernance

- > préconisations en terme de gouvernance
- > identification des premiers ambassadeurs et ambassadrices
- > conseil pour la constitution des instances dirigeantes (président e, membres du bureau, du conseil d'administration, des éventuels comités consultatifs, etc.)
- organisation des premières réunions administratives

PROGRAMMATION ET ANIMATION

- conception des programmes d'activités
- > assistance à la coordination et au suivi logistique des activités
- > assistance à la coordination et organisation des déplacements et voyages
- constitution et animation d'un réseau d'institutions partenaires

STRATÉGIE MÉCÉNAT ET LEVÉE DE FONDS

Stratégie

- conception d'une stratégie de développement adaptée à la structure, son projet, ses valeurs
- > définition des cibles : grands et/ou petits donateurs, particuliers et/ ou entreprises, en France et/ou à l'étranger
- > définition des objectifs
- > choix des outils (internes ou externes)
- construction de l'offre mécénat (paliers et contreparties)
- > constitution et formalisation du réseau

Mise en œuvre de la levée de fonds

- > conception et animation des campagnes de dons
- · campagne grands donateurs
- crowdfunding
- conception et pilotage d'outils de levée de fonds adaptés
- cercles d'acquisitions pour un musée
- · événements, dîner de gala
- conception et accompagnement à la mise en œuvre des campagnes de levées de fonds

ADMINISTRATION, GESTION, FINANCES

Gestion

- rédaction d'un cahier des charges pour le traitement, la gestion et l'optimisation de la relation donateur (logiciel de base de données)
- conception et production des outils de campagne d'adhésion
- > gestion des contributions (dons ou abonnements) dans la totalité de leurs cycles de vie (enregistrement, remerciements, édition du reçu fiscal, lien avec le donateur, suivi des avantages ou contreparties, etc)
- > rédaction de l'ensemble des procédures de travail



Ressources humaines

- > plan de recrutement correspondant au développement de la structure
- > rédaction des fiches de poste et pilotage des recrutements

Finances

- > établissement de budgets prévisionnels
- accompagnement à la mise en place d'une comptabilité analytique adaptée
- > conception et mise en place des outils de suivi budgétaire

OFFRE ET COMMUNICATION

Identité visuelle

- > conception et création d'une identité visuelle : logo, charte graphique, etc.
- déclinaison de l'identité visuelle sur l'ensemble des supports de communication digitaux et imprimés

Supports de communication print et web

- conception et accompagnement jusqu'au bon à tirer des supports papiers (plaquette, bulletin d'adhésion, flyers, etc.)
- rédaction d'un cahier des charges pour la conception et la création d'un site web dédié, ou l'adaptation du site web existant
- > conseil pour la création et le développement des réseaux sociaux (Instagram, Twitter, Facebook, etc.)
- co-pilotage du lancement de la campagne d'adhésion sur les réseaux sociaux

Communication

- > co-pilotage des campagne de communication et de marketing
- > co-pilotage de la campagne presse
- > co-pilotage de la campagne de relations publiques



NOS RÉFÉRENCES ET NOTRE ÉQUIPE

Dans le domaine de l'ingénierie culturelle, les équipes de Gus Adler & Filles ont accompagné plusieurs institutions.

De juin 2004 à septembre 2018, Julie Arnoux a dirigé, animé et développé les actions de la société des Amis du musée du quai Branly − Jacques Chirac. En seize ans, les dons de plus de mille deux cents Amis ont permis de financer quarante-deux acquisitions, cinq restaurations de grande envergure et quatorze bourses de recherche doctorales et post-doctorales. La stratégie annuelle de développement a permis de lever 500 000 € annuellement auprès de 400 donateurs, particuliers ou entreprises, français ou étrangers. Au fil des ans, la société des Amis a créé et développé des cercles de grands donateurs, mené des campagnes en France et à l'étranger, et organisé de nombreux événements et dîners de levée de fonds.

Durant quatre ans, Julie Arnoux a accompagné la cinémathèque de Tanger, au Maroc. Durant cette longue mission, l'équipe de la cinémathèque a été entièrement restructurée, la gestion assainie, les fonds propres reconstitués et l'organisation améliorée.

En 2017 et 2018, Gus Adler & Filles a conçu et animé avec succès deux campagnes de financement participatif: l'une pour le film documentaire de Jonathan Littell *Wrongs Elements*, l'autre pour le Ciné Guimbi à Bobo Dioulasso, au Burkina Faso.

En 2018 et 2019, Gus Adler & Filles a accompagné le Centre des monuments nationaux – principal acteur de la valorisation du patrimoine français, en charge de la valorisation et de la conservation de plus de cent monuments – dans la conception et la mise en œuvre de sa stratégie mécénat, ainsi que dans la réorganisation de son équipe dédiée au mécénat. Concerner les particuliers, développer un réseau d'entreprises mécènes, rassembler des donateurs à l'étranger... La diversification des ressources de mécénat est l'un des grands enjeux des années 2020.

Depuis le printemps 2020, nous accompagnons le Centre des monuments nationaux dans la création de ses *American Friends*.

En nous appuyant sur la passion américaine pour la culture et le patrimoine français, nous avons pour mission d'accompagner pas à pas la création des **American Friends of French Monuments**, la conception de sa stratégie et la mise en place de ses outils de développement.

JULIE ARNOUX

Diplômée de l'École du Louvre, titulaire d'une double maîtrise en histoire de l'art et en ethnologie et d'un DEA en ethnométhodologie, Julie Arnoux a dirigé durant cinq ans une association consacrée à la promotion d'artistes étrangers, à la production de spectacles et à la médiation culturelle.

En 2004, deux ans avant l'ouverture du musée du quai Branly, elle rejoint la société des Amis du musée. Durant quinze ans, sous la présidence de Louis Schweitzer puis de Lionel Zinsou, elle en dirige la gestion, l'animation et le développement.

Parallèlement, elle mène des missions de conseil en ingénierie culturelle et en stratégie de développement auprès de différentes institutions : la Cinémathèque de Tanger, la Fondation Robert Ardouvin, l'Université Paris 3 – Sorbonne nouvelle, l'association patrimoniale Pierres d'histoire.

En 2013, avec Olivier Auquier, elle fonde Gus Adler & Filles.





OLIVIER AUQUIER

Titulaire d'un master en ethnologie, Olivier Auquier a vécu une première vie dans le monde de l'audiovisuel. Il a œuvré au sein de Carpe Lunam, une société d'événementiel, notamment pour l'organisation de PEVE, alors plus important salon international des professionnels de l'audiovisuel. En 2004, il s'installe à Londres et obtient un Film Making Diploma à SAE Institute London. De 2008 à 2011, il travaille dans l'agence de production A+W où il écrit des scénarios pour le cinéma et la télévision. Parallèlement, il participe à l'essor de Oh ; Inverted World, structure de management musical. En 2013, avec Julie Arnoux, il fonde Gus Adler & Filles.

AXELLE LE MAIRE

Après avoir obtenu une bilicence de Droit – Histoire de l'art à la Sorbonne, Axelle Le Maire complète sa formation par un M1 en Droit des affaires à la Sorbonne puis un M2 en Management des Organisations Culturelles à Dauphine.

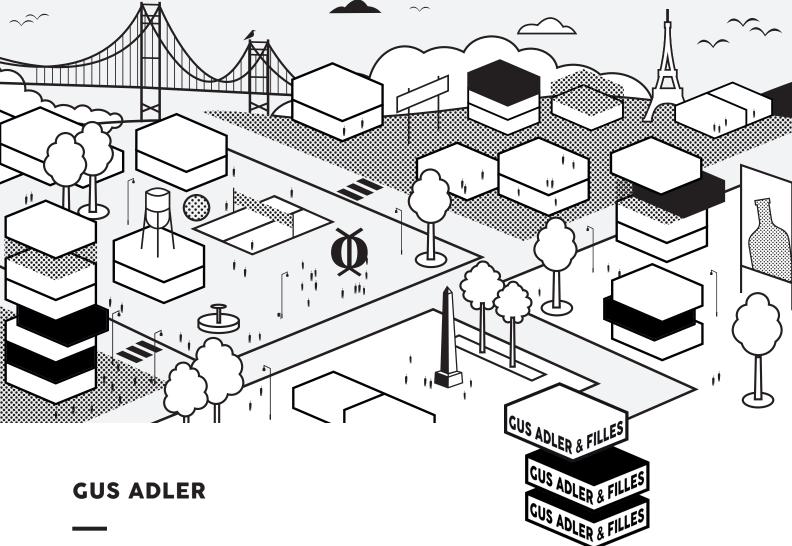
Cette double casquette d'historienne de l'art et de juriste lui permet d'intégrer le domaine du marché de l'art et de travailler auprès du commissaire-priseur Me Delvaux à la fin de ses études en 2016. Souhaitant par la suite se consacrer à la gestion de projets culturels, Axelle rejoint la société Culturespaces en 2017. Axelle exerce la fonction de chargée de projets au sein du service Nouveaux Projets, Expérience de Visite et Qualité pendant 3 ans. Elle assure notamment l'intérim en tant que responsable de service pendant 6 mois. Les principales missions d'Axelle sont les suivantes : gestion et supervision de l'aménagement des espaces d'accueil et de l'aménagement des parcours de visite des sites contrôle de la qualité de l'accueil et des services sur les sites (veille à la bonne mise en place des aménagements et des équipements et au respect de la charte qualité, préparation et suivi d'audits qualité interne et externe). En parallèle de la veille permanente sur les sites, Axelle gère et suit l'aménagement et la décoration de l'Atelier des Lumières. En 2020 Axelle intègre l'équipe de Gus Adler & Filles en tant que cheffe de projets culturels. Elle est en charge d'accompagner le Centre des monuments nationaux dans le développement de sa stratégie mécénat aux États-Unis et la création des American Friends of French Monuments.

ANNE ORIEUX

Diplômée d'un master Gestion des patrimoines architecturaux et artistiques et d'un master en ingénierie de projets touristiques, Anne Orieux accompagne les institutions pour la valorisation de leurs patrimoines matériels et immatériels.

Elle a ainsi développé une expertise en ingénierie de projets culturels : la réouverture du musée Maillol à Paris pour Culturespaces - le premier opérateur privé de gestion de sites et monuments historiques dans toute la France – ou la conception d'un centre d'interprétation du patrimoine pour une collectivité territoriale bretonne. En 2018, elle a conçu et coordonné le déploiement du dispositif des web-visites initié par la société des Amis du musée du quai Branly - Jacques Chirac, qui rend accessible les expositions du musée sur le continent africain (Gabon, Cameroun, Madagascar). Depuis 2017, Anne est cheffe de projets culturels au sein de la société Gus Adler & Filles. Elle a dirigé et supervisé différents chantiers. En 2017 et 2018, elle successivement conçoit expositions d'art tribal à l'abbaye de Cluny. En 2018 et 2019, aux côtés de Julie Arnoux, Anne a accompagné le Centre des monuments nationaux dans la conception et la mise en œuvre de sa stratégie mécénat, ainsi que dans la réorganisation de son équipe dédiée au mécénat. En 2020, Anne a dirigé la refonte du site internet de Gus Adler et la conception d'une nouvelle ligne éditoriale de ses réseaux sociaux. Depuis septembre, Anne est en charge de l'édition 2021 du Bourgogne Tribal Show.





Gus Adler & Filles est née à Paris en 2013. La société a développé son activité autour de quatre axes : la conception et la production d'expositions; l'organisation de foires d'art; le conseil en ingénierie culturelle et en levée de fonds; la production d'outils de médiation et l'édition.

ÉGALEMENT DISPONIBLE CHEZ GUS

- > Créez votre société d'Amis
- > Créez vos American Friends
- > Optimisez votre expérience visiteur

CONTACTS

Paris

Olivier Auquier olivier@gusadler.com +33 6 52 19 81 88

San Francisco

Julie Arnoux julie@gusadler.com +1 415 521 6778 +33 6 74 91 70 15

www.gusadler.com

© Gus Adler & Filles