



REPUBLIQUE DU BENIN

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE
RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

INSTITUT NATIONAL DES METIERS D'ARTS, D'ARCHEOLOGIE ET DE LA CULTURE

MEMOIRE DE LICENCE PROFESSIONNELLE

Option : Administration culturelle

SUJET :

Le sponsoring et le mécénat dans le
financement privé des arts et de la culture au
Bénin

Rédigé et Présenté par :

HOUNKPONOU Davila

&

HOUNTONDI Bertrand Kelly Bidossessi

Sous la direction de :

Dr. SOHOUGAN Salihou Henri

*Enseignant-chercheur associé à
l'INMAAC*

Année académique : 2022-2023

SOMMAIRE

SOMMAIRE	i
AVERTISSEMENT	iv
DEDICACE 1	v
DEDICACE 2	vi
REMERCIEMENTS	vii
LISTE DES ACRONYMES ET ABREVIATIONS	viii
LISTE DES ILLUSTRATIONS	ix
LISTE DES FIGURES.....	ix
LISTE DES IMAGES	ix
RESUME	xi
ABSTRACT	xi
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I.....	3
I. Cadre théorique	4
1.1. Revue de la littérature	4
1.2. Clarification conceptuelle	4
1.3. Le financement privé de la culture.....	4
1.3.1. La culture	4
1.3.2. Le sponsoring.....	5
1.3.3. Formes du sponsoring	6
1.3.4. Mode de fonctionnement du sponsoring	6
1.4. Le Mécénat.....	8
1.4.1. Différentes formes du mécénat	9
➤ Le mécénat financier	9
➤ Le mécénat de compétence	9
Figure n° 2 : Les différentes formes de mécénat.....	10
1.4.2. Eligibilité au Mécénat	10

1.5. Différence entre le sponsoring et le mécénat	11
Tableau n° 1 : Différence entre le sponsoring et le mécénat.....	11
1.5.1.La loi sur le mécénat culturel au Bénin : Vers une loi ou un développement des arts-faires.....	15
2. Problématique.....	15
2.1. Hypothèse de recherche	16
2.1.1. Les hypothèses spécifiques	16
2.2. Objectifs de l'étude	16
- L'objectif général	16
- Les objectifs spécifiques.	16
2.2.1. Objectif global.....	16
2.3. Résultats attendus.....	16
2.3.1. Présentation du milieu d'étude.....	17
Carte n° 1 : TOPOGRAPHIE DU BENIN.....	17
2.3.2. LA GRANDE PLACE	17
Carte n° 2 : Localisation de LA GRANDE PLACE	18
Carte n° 3 : Géolocalisation de SUDCREA.....	18
2.3.3. Cadre institutionnel de la recherche	18
a. Situation géographique.....	18
b. Description du cadre physique	19
Photo n° 2 : Afterworking de LA GRANDE PLACE – Bénin	19
Photo n° 3 : Intérieur de la bibliothèque de LA GRANDE PLACE – Bénin	20
Photo n° 4 : Salle informatique de LA GRANDE PLACE, vue de l'extérieur et de l'intérieur.....	20
Photo n° 5 : Le Grand jardin de LA GRANDE PLACE – Bénin	21
c- Horaires d'ouverture	21
• Cadre historique	21
2.3.4. Missions de LA GRANDE PLACE – Benin	21
2.3.5. Objectifs de LA GRANDE PLACE Benin	22
2.3.6. Activités du centre d'art et de la culture LA GRANDE PLACE Benin	22

Figure n° 3 : Organigramme du centre d'art et de la culture LA GRANDE PLACE Bénin	22
2.4. Présentation générale de SUDCREA	23
2.4.1. Missions et organisation de SUDCREA	23
Tableau n° 2 : Les réalisations de SUDCREA aux plans social et éducatif.....	23
Figure n° 4 : Organigramme de SUDCREA	25
2.5. Cadre méthodologique	25
Chapitre II	28
II. Traitement des données et des informations recueillies et analyse des résultats Les entretiens.....	29
Tableau n° 3 : Les versions des personnes ressources rencontrées.....	29
1. Présentation des résultats du questionnaire et analyse des données.....	31
Tableau n° 4 : Le point : nombre et natures des structures ayant fait objet de nos enquêtes.....	31
Tableau n° 5 : Motifs d'accompagnement des activités à caractère artistique et ou culturel	32
Graphique n° 1 : Les disciplines artistiques accompagnées par les sponsors et mécènes.....	32
Graphique n° 2 : Formule d'accompagnement des sponsors et mécènes	33
Tableau n° 6 : Existence des décrets et des lois régissant des actions des sponsors et mécènes.....	33
Tableau n° 7 : Initiatives accompagnées par les organisations ayant fait objet de notre étude.....	35
Graphique n° 3 : Les avantages tirés des actions menées par les sponsors et mécènes	35
Graphique n° 4 : Existe-il des points de convergence et de divergence entre le mécénat et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ?	36
Graphique n° 5 : La création d'un ordre des mécènes et ou parrains pourrait-elle répondre aux besoins des acteurs par communauté ?.....	37
2. Mise en relation de l'analyse avec la problématique et les objectifs du sujet choisi, et vérification des hypothèses de recherche.....	37
3. Propositions de solutions.....	38
CHAPITRE III	40
PROJET PROFESSIONNEL.....	40

III.	Titre du Projet : Plateforme numérique des sponsors et mécènes	41
1.	Résumé du Projet	41
2.	Contexte et Justification.....	41
3.	Objectifs	42
•	Objectif global : Créer une base de données pour les sponsors et mécènes culturels du Bénin pour à compléter.	42
•	Objectifs spécifiques :	42
4.	Public Cible : Acteurs culturels, acteurs du patrimoine, les entreprises	42
➤	Activités :	42
	Tableau n° 8 : Calendrier de mise en œuvre du projet OFCAB.....	43
5.	Méthodologie	45
6.	Indicateurs de Réussite	45
	Tableau n° 9 : Budget prévisionnel du projet OFCAB, l'an 1	47
	CONCLUSION	50
	BIBLIOGRAPHIE	51
	ANNEXES	52
	Questionnaire soumis aux mécènes et sponsors du secteur public et privé de la commune de :	52

AVERTISSEMENT

L'INMAAC N'ENTEND DONNER NI APPROBATION, NI
IMPROBATION AUX OPINIONS EMISES DANS CE MEMOIRE.
CES OPINIONS DOIVENT ETRE CONSIDEREES COMME
PROPRES A LEURS AUTEURS.

DEDICACE 1

Je dédie ce noble travail à :

- A ma mère *HOUNGBEDJI Collecte*
- A mon père *HOUNKPONOU Ignace*

HOUNKPONOU Davila

DEDICACE 2

- A ma mère *KOUTOMI Josiane*
- A mon père *HOUNTONDI Régis*

HOUNTONDI Bertrand Kelly Bidossessi

REMERCIEMENTS

Nous remercions :

- Pr. **Romuald TCHIBOZO**, Historien de l'art, Directeur de l'Institut National des Métiers d'Arts, d'Archéologie et de la Culture de l'Université d'Abomey-Calavi (INMAAC- UAC) ;
- Pr. **Didier N'DAH**, Historien de l'art, Directeur Adjoint de l'Institut National des Métiers d'Arts, d'Archéologie et de la Culture de l'Université d'Abomey-Calavi (INMAAC- UAC) ;
- Dr. **Blandine AGBAKA**, Maître Assistant des Universités de CAMES, Enseignante-chercheuse et Cheffe du Département des Arts Visuels et du Patrimoine de l'Institut National des Métiers d'Arts, d'Archéologie et de la Culture de l'Université d'Abomey- Calavi (INMAAC-UAC) ;
- Notre Directeur de mémoire, **M. Henri SOHOUGAN**, enseignant chercheur à l'Institut National des Métiers d'Arts, d'Archéologie et de la Culture de l'Université d'Abomey- Calavi (INMAAC-UAC), pour sa disponibilité et son encadrement tout au long de ce travail ;
- Nos Maîtres de stage, **M. Rafiy OKEFOLAHAN** et **Mme Tabitha ATCHO**, pour leur acceptation à collaborer dans leurs structures afin de mener nos recherches ;
- Le corps administratif et le personnel enseignant pour leur disponibilité et les connaissances qu'ils ont généreusement partagées avec nous ;
- Nos parents **Josiane KOUTOMI**, **Kelly HOUNTONDJI**, **Ignace HOUNKPONOU**, **Collecte HOUNGBEDJI**, **Jeannette LONDJI** pour leur soutien moral et financier ;
- Messieurs **TONON Cossi Gilbert**, **Serges HOUNTONDJI**, **Gérard SAJOUS**, **Wabi RADJI** pour leur accompagnement financier et moral ;
- Nos frères et sœurs pour leur présence et leur soutien fraternel ;
- Nos amis et camarades de promotion pour l'ambiance fraternelle que nous avons vécue ensemble.

LISTE DES ACRONYMES ET ABREVIATIONS

AIB	: Assiette Individuel sur bénéfice
BFT	: Bénin Femmes Techniciennes
CGI	: Code Général des Impôts.
FITHEB	: Festival International du Théâtre du Bénin.
ICC	: Industries Culturelles Créatives.
LTAT	: La Troupe des Ados de Togoudo
MEF	: Ministère de l'Economie et des Finances
MTCA	: Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts du Bénin
OFCAB	: Organisation de Collecte des Fonds Culturels et Artistiques du Bénin.
RSE	: Responsabilité Sociétale des Entreprises.
REGRAFF	: Rencontres Internationales de Graffiti au Bénin.
TVA	: Taxe sur Valeur Ajoutée.

LISTE DES ILLUSTRATIONS

LISTE DES CARTES

Carte n° 1 : TOPOGRAPHIE DU BENIN	17
Carte n° 2 : Localisation de LA GRANDE PLACE	18
Carte n° 3 : Géolocalisation de SUDCREA	18

LISTE DES FIGURES

Figure n° 1 : Les différentes formes de sponsoring.....	8
Figure n° 2 : Les différentes formes de mécénat.....	10
Figure n° 3 : Organigramme du centre d'art et de la culture LA GRANDE PLACE Bénin	22
Figure n° 4 : Organigramme de SUDCREA	25

LISTE DES IMAGES

Photo n° 1 : Vue de l'extérieur de la GRANDE PLACE – Bénin	19
Photo n° 2 : Afterworking de LA GRANDE PLACE – Bénin	19
Photo n° 3 : Intérieur de la bibliothèque de LA GRANDE PLACE – Bénin.....	20
Photo n° 4 : Salle informatique de LA GRANDE PLACE, vue de l'extérieur et de l'intérieur	20
Photo n° 5 : Le Grand jardin de LA GRANDE PLACE – Bénin	21

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique n° 1 : Les disciplines artistiques accompagnées par les sponsors et mécènes.....	32
Graphique n° 2 : Formule d'accompagnement des sponsors et mécènes.....	33

Graphique n° 3 : Les avantages tirés des actions menées par les sponsors et mécènes	35
Graphique n° 4 : Existe-il des points de convergence et de divergence entre le mécénat et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ?.....	36
Graphique n° 5 : La création d'un ordre des mécènes et ou parrains pourrait-elle répondre aux besoins des acteurs par communauté ?.....	37

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n° 1 : Différence entre le sponsoring et le mécénat.....	11
Tableau n° 2 : Les réalisations de SUDCREA aux plans social et éducatif.....	23
Tableau n° 3 : Les versions des personnes ressources rencontrées	29
Tableau n° 4 : Le point : nombre et natures des structures ayant fait objet de nos enquêtes. ..	31
Tableau n° 5 : Motifs d'accompagnement des activités à caractère artistique et ou culturel...	32
Tableau n° 6 : Existence des décrets et des lois régissant des actions des sponsors et mécènes	33
Tableau n° 7 : Initiatives accompagnées par les organisations ayant fait objet de notre étude.	35
Tableau n° 8 : Calendrier de mise en œuvre du projet OFCAB.....	43
Tableau n° 9 : Budget prévisionnel du projet OFCAB, l'an 1	47

RESUME

Le financement insuffisant des arts au Bénin a un impact significatif sur les artistes et l'ensemble artistique dans son ensemble. Le manque de financement se traduit souvent par une faible diffusion des œuvres artistiques africaines, tant au niveau national qu'international. Cette action limite les opportunités de promotion et de vente des œuvres, réduisant ainsi les revenus potentiels des artistes et leur capacité à investir dans de nouveaux projets. En outre, le développement de partenariats public-privé peut aider à mobiliser des ressources financières supplémentaires pour soutenir les artistes et les organisations artistiques au Bénin. Les entreprises privées peuvent être encouragées à investir dans le sponsoring d'événements culturels, le mécénat d'artistes et le financement de programmes de développement artistique. Les initiatives de financement participatif, où le public contribue financièrement aux projets artistiques, peuvent également être explorées pour diversifier les sources de financement. En effet, le renforcement des capacités et des infrastructures artistiques, telles que les centres culturels, les galeries d'art et les écoles d'art, est crucial pour soutenir la croissance et la durabilité du secteur artistique au Bénin.

Mots clés : sponsoring, mécénat, culture, financement des arts, Bénin

ABSTRACT

Insufficient funding for the arts in Benin has a significant impact on artists and the art scene as a whole. The lack of funding often results in a weak dissemination of African artistic works, both nationally and internationally. This action limits opportunities for promotion and sale of works, thereby reducing artists' potential income and their ability to invest in new projects. Additionally, the development of public-private partnerships can help mobilize additional financial resources to support artists and arts organizations in Benin. Private companies can be encouraged to invest in sponsoring cultural events, patronage of artists and financing artistic development programs. Crowdfunding initiatives, where the public contributes financially to artistic projects, can also be explored to diversify funding sources. This can be facilitated by online platforms that connect artists with potential donors across the world. Building artistic capacity and infrastructure, such as cultural centers, art galleries and art schools, is crucial to supporting the growth and sustainability of the arts sector in Benin.

Keywords: sponsoring, patronage, public-private partnership, artistic works, Benin

INTRODUCTION

L'art est le produit de l'imagination, (l'idée qu'on s'en fait est destinée aux sens, aux émotions et à l'intellect). Une définition célèbre de l'art provient de Pablo Picasso, qui a dit : "L'art est le mensonge qui nous permet de découvrir la vérité." Elle met en lumière le rôle de l'art dans la révélation et l'exploration de la réalité à travers des perspectives uniques et créatives. Il englobe plusieurs disciplines avec (différentes caractéristiques parmi lesquelles nous pouvions citer les arts plastiques, le cinéma, les arts dramatiques, la musique, les arts de l'oralité). Le développement des actions menées par des organisations et des organismes multilatéraux ayant pour vocation le développement de la coopération culturelle, la mise en place de financement des projets artistiques s'agrandissent afin d'accompagner et de faire rayonner l'art à l'échelle internationale. Ces actions menées par les organisations internationales et les organismes ont permis au grand nombre d'opérateurs culturels et de chefs d'entreprises d'avoir une idée de la conception du mécénat et du sponsoring. La grande partie des acteurs et des opérateurs culturels du Bénin dépendent en majorité des subventions reçues des mécènes pour la réalisation des activités et le développement d'initiatives propres à leurs associations, instituts, équipement culturels et industries culturelles créatives. Dans ce contexte, le sponsoring et le mécénat émergent comme des sources de financement privées cruciales, offrant un soutien essentiel aux initiatives culturelles et artistiques béninoises.

Cependant, malgré cette vitalité culturelle, le secteur des arts et de la culture est souvent confronté aux défis financiers entravant son développement et sa pérennité. La situation du mécénat et du parrainage est peut-être bien connue des acteurs culturels et opérateurs mais pas de tous les chefs d'entreprises privés. L'accord des subventions ou l'accompagnement financier et/ou en nature pour des initiatives culturelles permet un certain nombre de privilèges inscrit par des décrets ou régis par des chartes afin de susciter l'intérêt pour les arts et la culture. C'est un sujet au Bénin qui reste encore rangé dans les placards et moins abordé ou exécuté de façon informelle, voire "déguisée" par les acteurs du secteur privés quand il est question de sponsoring et du mécénat.

À travers une analyse, cette recherche examinera les dynamiques, les défis et les opportunités liés au sponsoring et au mécénat culturel au Bénin. En mettant en lumière les différentes formes de partenariats existants, les mécanismes de financement, ainsi que les impacts socioculturels de ces pratiques, en identifiant les forces motrices et les

obstacles potentiels, nous aspirons à formuler des recommandations pratiques pour renforcer le rôle du sponsoring et du mécénat dans la promotion et la préservation du patrimoine culturel béninois tout en créant un répertoire pour les sponsors et mécènes. Dans une première phase, nous exposerons le contexte institutionnel de la recherche. Ensuite, nous examinerons les résultats obtenus à partir des diverses méthodologies de recherche. Enfin, nous exposerons notre projet professionnel.

CHAPITRE I

Cadre théorique, institutionnel et méthodologique de la recherche

Le premier chapitre comprend trois rubriques que sont : le contexte théorique ; le cadre institutionnel et l'approche méthodologique.

I. Cadre théorique

Nous présenterons dans cette rubrique : la justification du choix du sujet ; la revue de la littérature ; la problématique ou la question de recherche puis nous achèverons avec les objectifs de l'étude ; les hypothèses de recherche et les clarifications des concepts.

1. Justification du choix du sujet

Notre sujet intitulé : « La place du sponsoring et du mécénat dans le financement privé des arts et de la culture au Bénin » est motivé par le constat d'insuffisance chronique des financements publics à l'intention des projets culturels, lequel crée un besoin pressant dans la diversification des sources de financement. Le secteur privé, avec sa capacité à injecter des ressources financières et à générer des partenariats innovants, offre une solution prometteuse pour surmonter ces défis financiers. Cette recherche vise à explorer les dynamiques du financement privé de la culture au Bénin, en se concentrant particulièrement sur les mécanismes de sponsoring et de mécénat. En comprenant mieux comment ces sources de financement peuvent être optimisées, cette étude aspire à contribuer à la pérennité et à l'épanouissement du secteur culturel béninois, tout en offrant des perspectives précieuses pour d'autres contextes similaires à travers le monde.

1.1. Revue de la littérature

1.2. Clarification conceptuelle

1.3. Le financement privé de la culture

Le financement privé de la culture s'opère notamment selon des canaux de financement classique, mais aussi par le biais d'activités de sponsoring et de mécénat, notions utilisées de manière diverse dans le langage courant et qu'il peut s'avérer utile de définir plus précisément.

1.3.1. La culture

L'UNESCO, via sa Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles dans le cadre de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico City, 26 juillet - 6 août 1982, **définit** la culture, dans son sens le plus large, comme « l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain,

les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. »

1.3.2. Le sponsoring

Selon le dictionnaire **LAROUSSE**, le sponsoring est un nom masculin provenant d'une expression anglaise, *to sponsor* qui veut dire cautionner.

Le sponsoring est défini comme « un vecteur de communication qui consiste pour une entreprise (parrain, sponsor) à contribuer financièrement, matériellement et/ou techniquement (logistique) à une action sociale, culturelle ou sportive, dans l'optique commerciale d'accroître sa notoriété et éventuellement son image » (Adary, 2012,199).

Pour **Fabienne CHOIGNARD** (2016), « Le sponsoring désigne un soutien financier ou matériel apporté par un partenaire annonceur en échange de différentes formes de visibilité : c'est un acte commercial. ».

Selon **Céline Riboulot** (2013), « Le sponsoring (parrainage en français) est un soutien apporté par une entreprise à un événement ou à une personne, afin de bénéficier de sa visibilité médiatique. Le but pour une organisation, est de promouvoir son image.

Selon **François MAIRESSE** (2013), « Le sponsoring est une opération commerciale avec une entreprise, réalisé par le biais d'un apport financier ou en nature à une organisation dans le cadre d'une manifestation d'intérêt général (sport, culture etc.) en échange d'un apport de visibilité pour cette entreprise. ».

Pour **Clara Castel** (2013) « C'est une technique de communication qui consiste pour une entreprise à contribuer financièrement, matériellement et/ou techniquement à une action sociale, culturelle ou sportive afin d'accroître sa notoriété et d'améliorer son image. »

Odon MUYA KALENGAYI Unilu (2015) quant à lui définit le sponsoring comme « Le moyen de communication qui consiste à contribuer à une action sociale, culturelle ou sportive ».

Tandis que certains parlent de parrainage, d'autres préfèrent le terme de sponsoring qui provient du latin « Sponsor/Sponsoris d'un néophyte. » Il désigne une action de publicité qui s'appuie sur une manifestation sportive (les plus utilisés sont le football, le cyclisme et le tennis) ; mais aussi culturelle, sociale ou scientifique. (Gérard Bedocchi, 2004-2005, 4)

On en déduit que le sponsoring n'est que l'expression anglaise du mot en français 'parrainage' et c'est une action qui consiste à accompagner financièrement ou avec d'autres moyens, une

activité culturelle, artistique, sportive et ou d'autres secteurs dans l'objectif de bénéficier de la visibilité (marketing commercial).

1.3.3. Formes du sponsoring

Le sponsoring peut revêtir trois formes (en numéraire, en nature et de compétence). Le parrainage en nature ou de compétence est valorisé au prix commercial des prestations (Charte du mécénat Culturel en République française, 4)

- Lorsque le parrainage est effectué en numéraire, le bénéficiaire établit une facture relative à la prestation réalisée en contrepartie de la somme versée, avec mention de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

Lorsque le parrainage est effectué par la remise d'un bien et/ou l'exécution d'une prestation de service, cet acte s'analyse comme un échange. Le cas échéant, le bénéficiaire émet une facture d'un montant égal à celui du bien ou de la prestation fournie avec mention de la Taxe sur la Valeur ajoutée (TVA) au taux d'une opération publicitaire et l'entreprise partenaire émet une facture au titre de la fourniture du bien ou du service au taux de TVA qui lui est propre.

1.3.4. Mode de fonctionnement du sponsoring

- Un sponsoring met en relation deux partenaires (une personne ou organisation et un sponsor) soit :
 - Une personne ou organisation cherchant un sponsor. En général, la personne est une personnalité ou influenceur connu d'une audience et qui bénéficie d'une couverture médiatique importante.
 - Une entreprise sponsor.
- **Les deux partenaires ont un objectif commercial précis :**
 - L'entité sponsorisée a besoin d'un financement ou de compétences techniques. L'entité sponsorisée peut aussi vouloir d'un sponsor pour monétiser sa notoriété et sa couverture médiatique.
 - L'entreprise fait du sponsoring pour développer la visibilité de la marque. Il s'agit d'une opération promotionnelle qui s'intègre dans une campagne marketing.

Le sponsor utilise aussi le vecteur de communication qu'est le sponsoring afin d'améliorer son image de marque en s'associant à un partenaire connu.

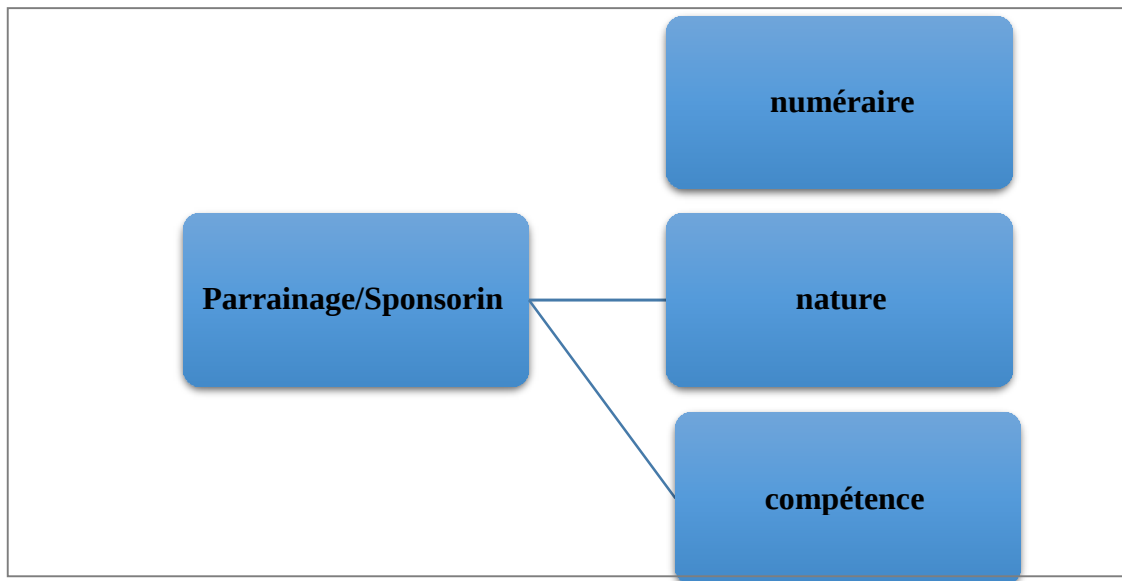
En effet, les dépenses de sponsoring sont déductibles des résultats imposables dès lors qu'elles sont « exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation. ».

1.3.5. Avantages du sponsoring

Les avantages du sponsoring sont multiples dans le domaine du marketing. Tout d'abord, la visibilité de la marque est augmentée grâce à une opération commerciale sponsorisée et médiatisée. Comme toute autre action marketing, le sponsoring double les ventes et conséquemment le chiffre d'affaires d'une entreprise.

De plus, sponsoring et Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ne vont pas souvent de pair.

On retient que le sponsoring veut dire parrainage et représente un engagement entre deux parties prenantes dans le cadre d'une initiative culturelle, artistique, sociale et /ou sportive. Elle présente pour la plupart des cas une valorisation et/ou un accompagnement d'ordre publicitaire en vue de mettre en valeur le parrain. Le sponsoring ne concerne donc pas uniquement le sport mais peut s'exercer dans le domaine culturel et social.



Source: HOUNTONDI Kelly et HOUKPONOU Davila, 2024

Figure n° 1 : Les différentes formes de sponsoring

1.4. Le Mécénat

Selon le dictionnaire LAROUSSE, c'est la protection accordée aux lettres, aux arts et aux sciences en qualité de mécène.

Le mot « **Mécénat** » puise son origine d'un politicien romain nommé Caius Cilnius Maecenas ayant vécu durant les années 60 avant Jésus-Christ qui a consacré sa fortune et son influence à promouvoir les arts.

Le **Mécénat** désigne une action de publicité qui a pour but d'améliorer l'image de marque de l'entreprise par le soutien d'un évènement humanitaire ou d'un évènement culturel.

Le **mécénat** est une aide selon diverses formules (financement logistique, compétence humaine a une opération culturelle, scientifique ou humanitaire. (Lendrevie, 2003, 482)

Le **mécénat** est « un soutien matériel ou financier apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne morale pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. » (Charte du mécénat culturel en France, 2)

Le mécénat se définit comme un soutien matériel ou financier apporté sans contrepartie directe ou indirecte de la part du bénéficiaire à une œuvre ou à une personne morale pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. (**Légifrance, 1987**).

En d'autres termes, le mécénat consiste à faire un don, en numéraire ou en nature, à un organisme d'intérêt général pour la conduite de ses activités sans attendre en retour de

contrepartie. (Rémy Djebara , 2018).

1.4.1. Différentes formes du mécénat

Le mécénat peut prendre plusieurs formes :

- **Le mécénat financier**
- **Le mécénat en nature**
- **Le mécénat de compétence**
- **Le mécénat technologique**

Le mécénat financier est un don en numéraire, ponctuel ou faisant l'objet de versements successifs.

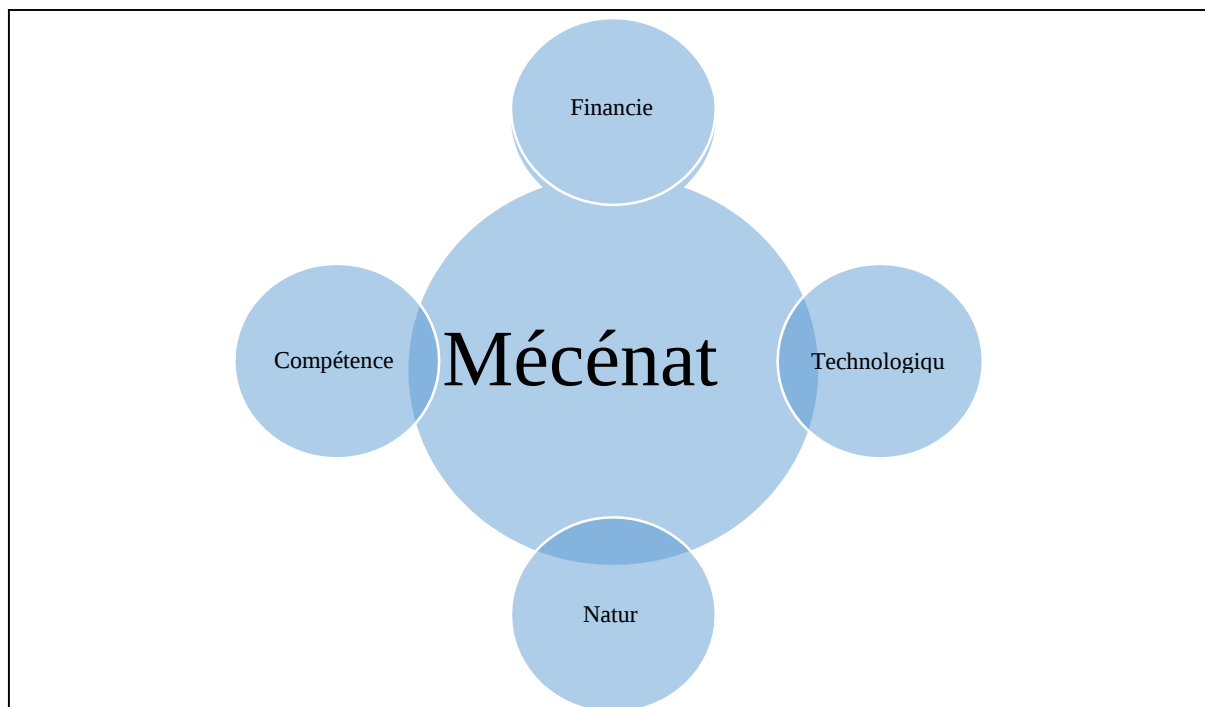
Le mécénat en nature ou de compétence consiste à apporter non pas des financements en numéraire mais des moyens (produits ou services) à la cause que l'entreprise mécène entend soutenir. L'évaluation du mécénat en nature (remise de biens, de produits ou de technologie) et du mécénat de compétence (mise à disposition de personnels avec leur savoir-faire) doit suivre deux règles :

- être effectué par celui qui aide ou qui donne (et non par l'organisme bénéficiaire),
- être estimé au regard de la perte d'argent que l'aide représente pour celui qui la fournit (et non au regard des dépenses évitées à l'organisme bénéficiaire). Il s'agit donc du coût exact supporté par l'entreprise à raison du don qu'elle effectue et non du manque à gagner.

Le mécénat de compétences consiste à mettre certaines compétences des salariés de l'entreprise au service des projets soutenus, sous forme de mise à disposition de personnel, de prêt de main-d'œuvre, d'accompagnement dans le montage du projet, d'appui technique de durée variable...

Le mécénat technologique consiste à mobiliser le savoir-faire, le métier de l'entreprise au bénéfice de partenaires culturels ou du monde de la solidarité.

Figure n° 2 : Les différentes formes de mécénat



Source : HOUNTONDJI Kelly et HOUNKPONOU Davila, 2024

1.4.2. Eligibilité au Mécénat

Selon la charte du mécénat culturel de France,

Les personnes physiques (artistes, par exemple) ne peuvent bénéficier de dons ouvrant droit à un avantage fiscal, ni de la part d'entreprises ni de particuliers. Néanmoins, ils peuvent recevoir des subventions (bourses, prix) de fondations ou de fonds de dotation. (**Charte du mécénat culturel en France, 3.b, 4**)

- Les principales entités éligibles au mécénat dans le domaine culturel (conformément à l'article 3.a de la Charte du Mécénat Culturel de la République Française).

Sous réserve de vérification au cas par cas, peuvent être éligibles au régime fiscal du mécénat :

- L'État, les collectivités locales et leurs établissements publics,
- Les organismes d'intérêt général ayant un caractère culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ou à la diffusion de la culture, de la langue ou des connaissances scientifiques françaises (en particulier les associations « loi 1901 »,

fondations et associations reconnues d'utilité publique, fondations d'entreprises),

- Les fondations et associations reconnues d'utilité publique qui peuvent recevoir des dons et versements pour le compte des organismes visés ci-dessus,
- Les fonds de dotation
- Les musées de France (au sens de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France), • La Fondation du patrimoine ou les fondations ou associations reconnues d'utilité publique et agréées, en vue de subventionner les travaux de conservation, de restauration ou d'accessibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,
- Les organismes dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la diffusion du spectacle vivant ou l'organisation d'expositions d'art contemporain (à l'exclusion des organismes constitués en sociétés, exception faite, pour le mécénat des entreprises mentionné à l'article 238 bis e du CGI, des sociétés de capitaux dont le capital est entièrement public).

1.5. Différence entre le sponsoring et le mécénat

Le sponsoring diffère du mécénat, qui peut également être réalisé par une entreprise, mais pour lequel la contrepartie demandée apparaît négligeable en regard de l'apport fourni.

Tableau n° 1 : Différence entre le sponsoring et le mécénat

	Mécénat	Sponsoring
Nature de l'engagement	Le mécénat peut prendre des formes diverses et peut être ponctuel ou soutenu sur le long terme,	Le sponsoring est souvent lié à des événements ou des projets spécifiques, avec des engagements financiers temporaires et souvent renouvelables d'une année à l'autre.
Motivation	Philanthropique ou culturelle	Commerciale
Modalités de	Engagement désintéressé	Contreparties commerciales

soutien		
Durée de l'engagement	Variable et potentiellement durable	Temporaire et événementielle

Source : HOUNTONDI Kelly et HOUKPONOU Davila

Depuis le début du XXI^{ème}, le développement des projets artistiques et culturels participe au rayonnement des continents. Ce développement est soutenu par plusieurs prescriptions, décrets, lois, chartes et décisions émises par les autorités municipales, locales, nationales, voire gouvernementales. Cependant, dans les pays développés, il existe plusieurs mécanismes mis en avant pour le développement du secteur des arts et de la culture comme les **avantages sociaux**, les **avantages sur le régime fiscal**, l'**instauration d'une loi** et/ou d'une **charte sur le mécénat culturel** afin que toutes les personnes physiques et morales qui s'intéressent et mettent en valeur les travaux des artistes et des acteurs culturels soient récompensés. En tant qu'administrateurs culturels, nous pouvions considérer que la mise en place et l'instauration de loi à l'endroit du mécénat d'un pays favoriserait l'essor ou le foisonnement du secteur artistique et culturel de ce pays. A travers les différentes recherches menées, nous n'avons que quelques pays au monde qui disposent de charte sur le mécénat culturel ou qui offrent des avantages aux opérateurs du secteur qui mènent des actions dans les arts et la culture. Parmi ces pays, nous pouvions citer la France, le Canada, les Etats-Unis d'Amérique.

En 2014, le gouvernement prend la décision de « remonter la pente du retard en matière de financement privé » (Conseil des arts du Canada, 2014), un retard qu'il admet manifestement par le mécénat culturel. Pour ce faire, il instaure des comités, des programmes et des conférences. Le gouvernement québécois a ainsi créé le programme **Mécénat Placements Culture en 2005**, un pilier culturel selon lui, dont le but était d'inciter les particuliers, les Sociétés et les fondations privés à donner plus généreusement aux organismes culturels pour un changement de mentalité à tous les niveaux. En d'autres termes, celui-ci permettrait d'encadrer le mécénat culturel.

En **France**, le développement du mécénat et du parrainage n'aurait probablement pas eu la même ampleur si l'État n'avait pas mis en place des conditions qui les rendent intéressants et imaginables. Depuis sa création, le ministère de la Culture et de la Communication a ainsi cherché à encourager légalement et à développer l'ensemble des concours privés en faveur des arts et de la culture que sont le mécénat et le parrainage culturel, que ceux-ci proviennent

d'entreprises ou de particuliers. L'inscription de la culture dans les priorités des gouvernements successifs et l'accroissement concomitant de l'offre culturelle ont en effet généré des besoins de financements inédits que l'État seul ne pouvait assumer, et les dons privés ont été considérés jusqu'aux années 1970 comme un utile complément aux crédits publics dans lequel l'État pouvait puiser. En effet, le mécénat en France est encadré par un dispositif fiscal qui vise à encourager les entreprises et les particuliers à soutenir financièrement des activités d'intérêt général, notamment dans les domaines culturel, social, et environnemental. Ce dispositif fiscal existe depuis plusieurs décennies et a été développé par l'État français pour inciter les contributions philanthropiques. Cependant, l'organisation Admical n'est pas à l'origine de ce dispositif fiscal. Admical (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial) est une association française créée en 1979 qui œuvre effectivement pour promouvoir et développer le mécénat en France. Elle joue un rôle important dans la sensibilisation des entreprises au mécénat et dans la diffusion des bonnes pratiques en la matière. En ce qui concerne l'inspiration de nombreux pays, il est vrai que le modèle français de mécénat fiscal a été observé et parfois adapté dans d'autres pays pour encourager le soutien financier aux activités d'intérêt général.

Le texte de référence est la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, dite « **Loi Aillagon** ». Elle permet notamment aux entreprises et aux particuliers de déduire respectivement 60 % et 66 % de leurs dépenses de mécénat de leurs impôts, sous certaines conditions.

Aux *Etats-Unis*, le mécénat signifie « **corporate philanthropy** » et est perçue sous l'appellation du mot **philanthropie**. Avant la révolte britannique, les arts ne constituaient pas une priorité pour les gouvernements en place constitués de dirigeants britanniques. Mais c'est bien après une longue période de rigoureuse méfiance vis-à-vis de l'Europe que les Etats-Unis ont commencé à s'intéresser aux arts. Juste après la guerre de Sécession, on peut constater les prémices de l'émergence du mécénat culturel aux Etats-Unis. Suite à des études et sondages, les Etats-Unis ont dénombré plus de 100 millionnaires. Via les dons de ces millionnaires, les Etats-Unis ont bénéficié de nouveaux musées et des bibliothèques. Cela s'est rendu possible grâce à la **loi Tilden** de 1893 qui a vu les Etats-Unis connaître une réelle avancée pour la philanthropie américaine. Cette loi permettait l'encadrement de la philanthropie voire de faire respecter la loi sur la philanthropie. D'années en années, la loi a été reformée et nous assistions à un progrès social s'opérant dans tout le pays. Malgré cette avancée à pas de géants, les Américains ont créé, durant le début du 20^{ème} siècle, la **fondation** pour faciliter le passage à une

nouvelle philanthropie (**Loi de New York**) (Zunz, 2012, 30).

Nous en déduisons que la situation du mécénat aux Etats-Unis est partie du concept de l'Europe dans le cadre de favoriser la valorisation du secteur des arts et de la culture. Bien après les actions mises en œuvre et les procédures enclenchées, une loi a été créée afin de maintenir la pratique du mécénat dans un environnement sain. Les dispositions mises en place dans les continents de l'Europe et des Etats-Unis d'Amérique ont favorisé la création d'un environnement sain de mécènes pour financer différents secteurs de la vie sociale.

En toute rigueur, il n'existe pas au Mexique un régime légal pour le mécénat bien qu'il existe diverses dispositions légales, plus spécifiquement fiscales, qui protègent et promeuvent le fonctionnement des fondations culturelles et des associations civiles non lucratives ; ainsi comme le paiement des impôts de créateurs pour les œuvres artistiques.

Certains pays de l'Afrique également bénéficient du mécénat même si l'évolution est considérée comme à la phase embryonnaire. Il s'agit des pays tels que le Maroc et le Sénégal. Cet accompagnement en rien ne s'est fait ressentir par l'accompagnement de l'Etat ou suite à la mise en place d'un cadre réglementaire.

Au **Maroc**, la **Fondation Alliances**, créée en 2009 par l'homme d'affaires Mohamed Alami Lazraq, entend ainsi favoriser l'accès à l'art à tous les publics, en valorisant précisément la création africaine. La structure a participé, par exemple, à la Biennale d'art contemporain de Dakar et aux Rencontres africaines de la photographie de Bamako. La Fondation est parallèlement à l'origine, à Marrakech, du Musée d'art contemporain Al Maa den (MACAAL), un bâtiment doté de 900 m² d'espaces d'exposition conçu « ***pour mettre à disposition du grand public une collection constituée avec passion et dans un esprit de partage*** », proposant « ***à ses visiteurs une véritable expérience alliant culture, loisirs et art de vivre*** ».

Au **Sénégal**, l'entrepreneur Amadou Diaw, qui a bâti sa fortune sur le regroupement de campus scolaires, a quant à lui fondé le musée de la photographie de Saint-Louis (MuPho), au nord du pays. Une philanthropie qui se traduit aussi, dans sa région natale, par des réhabilitations d'habitations, des constructions de marchés, ou encore des ouvertures de maisons d'hôtes : « Je travaille à la renaissance de Saint-Louis comme les Médicis à Florence », confie l'ambitieux mécène à **Jeune Afrique**, estimant également que « ***beaucoup [de bienfaiteurs africains] font du mécénat sans le savoir, sans contrepartie et ne jugent pas utile de se mettre en avant*** ».

Le point essentiel que nous avons pu tirer de cette citation est que les acteurs du secteur privé et des personnes physiques et morales investissent dans des initiatives relatives à des disciplines

artistiques mises en avant et qui participent à la visibilité des pays. Ils ont même fondé des musées et posé des actions humanitaires à travers la construction de logements, d'hôpitaux et de routes.

1.5.1. La loi sur le mécénat culturel au Bénin : Vers une loi ou un développement des arts-faires

Le Ministre du Tourisme de la Culture et des Arts du Bénin Jean Michel ABIMBOLA lors de son discours, le mercredi 11 mai 2022 à l'endroit des opérateurs avant la visite des 26 trésors royaux et des œuvres d'art contemporain ex posés au Palais de la Marina dans le cadre de l'exposition « Art du Bénin d'hier et d'Aujourd'hui », ce dernier dans ses propos a laissé entendre que le gouvernement était en train de « réfléchir sur un texte sur le mécénat culturel ». Nous n'hésiterons pas à venir échanger avec vous afin de trouver le bon texte qui puisse susciter votre intérêt et qui puisse permettre de booster cette industrie culturelle et créative » : c'est ce qu'il a confié aux opérateurs économiques béninois venus contempler les œuvres d'art exposées. Le Ministre a confié également que le secteur des Arts et de la Culture est un « secteur économique majeur » au Bénin.

Il est essentiel de noter que le Bénin avait établi un cadre réglementaire par le biais de la Loi n° 91-006 du 25 février 1991 relative à la Charte Culturelle en République du Bénin, laquelle n'avait pas été mise en œuvre. (*Journal officiel de la République du Bénin*, n°7 du 1er avril 1991)

2. Problématique

La culture occupe une place centrale dans l'identité et la cohésion sociale du Bénin. Cependant, malgré son importance, le financement de la culture demeure un défi majeur dans le pays. Dans cette perspective, il est essentiel pour nous d'examiner la problématique centrale suivante :

Quels sont les difficultés et défis impliqués dans la mobilisation de financements privés pour soutenir les activités culturelles au Bénin ?

De cette question principale viennent trois (03) autres questions spécifiques que sont :

- Qu'est-ce qui explique la faible proportion des mécènes et sponsors dans le processus du financement de la culture au Bénin ?
- Existe-t-il au Bénin un cadre institutionnel et réglementaire favorisant la promotion du financement privé de la culture, tant sur le plan juridique, social que fiscal ?

- Quels effets pourraient avoir la création d'un répertoire national des mécènes et des sponsors sur les activités culturelles au Bénin ?

2.1. Hypothèse de recherche

Une amélioration du processus de financement privé de la culture pourrait contribuer au développement durable du secteur culturel au Bénin.

2.1.1. Les hypothèses spécifiques

- Une augmentation de la proportion des sponsors et mécènes dans le processus de financement privé aurait des impacts positifs sur le développement culturel au Bénin.
- L'inexistence d'un mécanisme national de promotion du financement privé de la culture impacte négativement l'entrepreneuriat culturel au Bénin.
- La création d'un répertoire national des sponsors et mécènes culturels pourrait améliorer le processus de financement des projets culturels au Bénin.

2.2. Objectifs de l'étude

Les objectifs de notre étude peuvent être subdivisés en deux catégories à savoir :

- **L'objectif général**
- **Les objectifs spécifiques.**

2.2.1. Objectif global

Améliorer le processus de financement privé afin de soutenir la culture au Bénin. Objectifs spécifiques :

- Augmenter la proportion des sponsors et mécènes dans le processus de financement privé de la culture au Bénin ;
- Mettre en place un mécanisme national de promotion juridique, sociale et fiscale du financement privé de la culture ;
- Créer un répertoire regroupant les mécènes et sponsors engagés dans les activités culturelles et projets au Bénin.

2.3. Résultats attendus

- Des études et analyses sont faites pour augmenter la proportion des sponsors et mécènes dans le financement privé des arts et de la culture ;
- Des études sont faites pour mettre en place un mécanisme national de

promotion juridique, sociale et fiscale du financement privé des arts et de la culture au Bénin ;

- Un répertoire regroupant les mécènes et sponsors engagés dans les actions culturelles et artistiques au Bénin est disponible.

2.3.1. Présentation du milieu d'étude

Le Bénin pays d'Afrique de l'ouest fait une superficie de 114 763 km². Dans le monde, le Bénin est situé entre l'équateur et le cancer. Le Bénin est situé en Afrique de l'Ouest appelé Afrique occidentale et est limité au Nord par le Burkina Faso et le Niger, à l'Est par le Nigeria, à l'Ouest par le Togo et au Sud par l'Océan Atlantique. Des formes étirées ressemblant à une serrure, le Bénin se situe entre le fleuve Niger au nord et la plaine côtière dans le Sud, le relief de l'ensemble du pays est peu accidenté.

Carte n° 1 : TOPOGRAPHIE DU BENIN

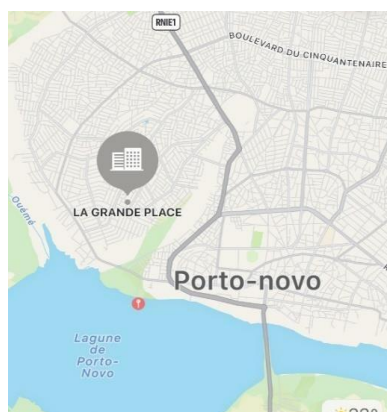


Source : WIKIPEDIA, BENIN

2.3.2. LA GRANDE PLACE

La grande place est située à Porto- Novo au quartier Tokpota- Davo 2, dans la deuxième zone avant la pharmacie en venant de Ouando. Il est ouvert du mardi au samedi, de 10h à 13h, puis de 15h à 19h.

Carte n° 2 : Localisation de LA GRANDE PLACE



Source : Google Maps

I.SUDCREA

SUDCREA est située à Abomey-Calavi au quartier Akogbato dans la von de la pharmacie FIGNONHOUN. Première von à droite, il y a l'immeuble de GANGAN PRODUCTIONS.

Carte n° 3 : Géolocalisation de SUDCREA



Source : Google Maps.

2.3.3. Cadre institutionnel de la recherche

Dans cette rubrique, nous allons parler du cadre physique, de l'historique, des missions et des objectifs des structures du déroulement de nos stages. Nous allons également parler des activités et des organigrammes au sein de chaque institution.

- **Cadre physique**

- a. Situation géographique**

Porto-Novo, dans le quartier de TOKPOTA-DAVO 2 juste après la 2ème Von qui précède Le centre d'art et de la culture **LA GRANDE PLACE Benin**, est situé à la pharmacie en quittant

OUANDO.



Photo n° 1 : **Vue de l'extérieur de la GRANDE PLACE – Bénin**

Source : HOUNTONDJI B. Kelly, 2023

b. Description du cadre physique

Photo n° 2 : **Afterworking de LA GRANDE PLACE – Bénin**



Source : Cliché de HOUNTONDJI B. Kelly, 2023

Photo n° 3 : Intérieur de la bibliothèque de LA GRANDE PLACE – Bénin



Source : Vue prise par HOUNTONDJI B. Kelly, Novembre 2023

Photo n° 4 : Salle informatique de LA GRANDE PLACE, vue de l'extérieur et de l'intérieur



Source : Cliché de
HOUNTONDJI B.
Kelly, novembre 2023

Le centre d'art et culture LA GRANDE PLACE Bénin dispose également :

- D'un jardin
- Des résidences pour artistes
- Des toilettes
- D'une cuisine pour la restauration

Photo n° 5 : Le Grand jardin de LA GRANDE PLACE – Bénin



Source : Cliché de HOUNTONDI B. Kelly, novembre 2023

c- Horaires d'ouverture

Le centre d'art et de la culture LA GRANDE PLACE BENIN, est ouvert du mardi au samedi de 10 h à 13 h et de 15 h à 19 h.

- **Cadre historique**

La Grande Place a été créée par l'association ELOWA en 2019. Il s'agit d'un lieu d'expérimentations multiples et d'échanges, où sont organisés des résidences, des formations, des débats, des ateliers, des projections ou encore des expositions, ouverts à tous. Le public y accède aussi à un café et une salle de travail. Le lieu soutient des projets de développement, et favorise l'information et l'éducation par le renforcement de compétences artistiques, humaines et entrepreneuriales.

2.3.4. Missions de LA GRANDE PLACE – Benin

L'association ELOWA, depuis 2010, s'est donné comme mission de favoriser les rencontres, les échanges entre les artistes plasticiens, le public, et les opérateurs culturels pour stimuler la création artistique à travers l'organisation d'événements culturels, de résidences-ateliers et de formations courtes. Elle souhaite aussi défendre l'art africain (béninois en particulier). Depuis sa création, de nombreux projets imaginés et soutenus par cette association ont vu le jour, tels que WABA (portes ouvertes de 50 ateliers d'artistes au Bénin), REGRAFF, la résidence « L'un dans l'autre » (échanges entre artistes parisiens et béninois), PAVI (résidence de création de vidéos artistiques au Bénin), les résidences Interférences (résidences d'artistes béninois en France).

2.3.5. Objectifs de LA GRANDE PLACE Benin

Créer une ambiance initiatique favorisant l'épanouissement intellectuel, via l'échange, la formation, les débats et la création artistique.

Présenter des expositions universelles, sans clivage géographique, sans distinction des genres, proposant des outils de réflexion sur notre monde actuel et participant au rayonnement culturel du Bénin.

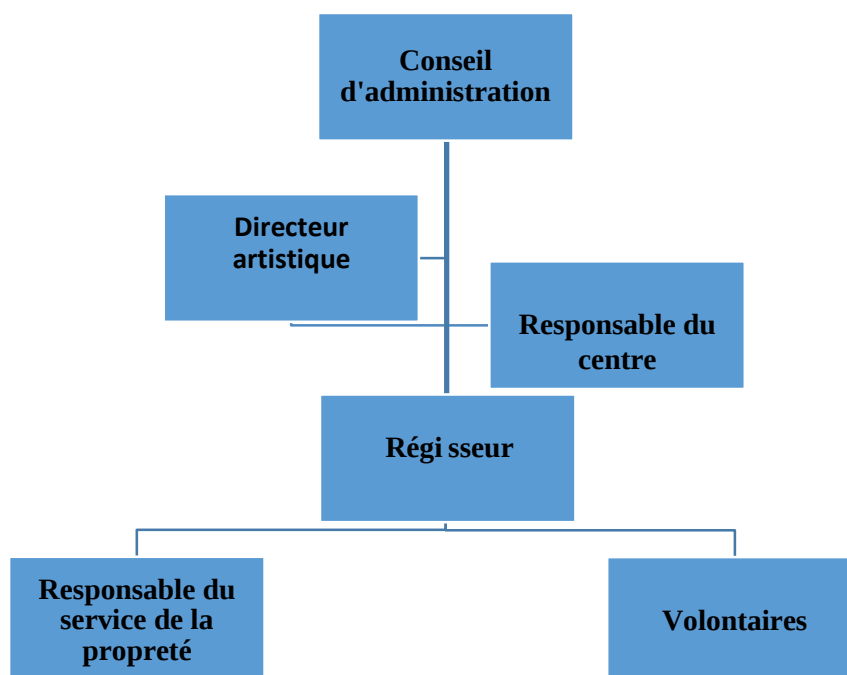
Œuvrer pour le développement, en soutenant et en accompagnant des projets de formation à l'entrepreneuriat ou d'insertion

Favoriser l'éveil des enfants à travers les travaux d'initiation à l'art et la lecture

2.3.6. Activités du centre d'art et de la culture LA GRANDE PLACE Benin

Le centre mène chaque mercredi et samedi des ateliers avec les enfants. Les ateliers de lecture se déroulent de 15 h à 17 h et les ateliers de dessin et/ou de peinture se déroulent le samedi de 10 h à 12 h. Tous les derniers samedis du mois, grâce à la plateforme mise en place par l'Institut français à la disposition du centre, un film est projeté dans le théâtre du centre ou parfois hors du centre (Amour & Vie, Croix-Rouge). Le centre accueille des artistes pour des résidences, conduit des expositions, développe des projets dans les établissements à l'endroit du jeune public.

Figure n° 3 : Organigramme du centre d'art et de la culture LA GRANDE PLACE Bénin



Source : LA GRANDE PLACE – Bénin

2.4. Présentation générale de SUDCREA

SUDCREA, l'association socioéducative et culturelle, est anciennement connue sous le nom « D'Atelier Géanture » jusqu'en 2016. L'association se spécifiait sur l'accompagnement des jeunes dans la création artistique et la valorisation de la culture béninoise. Depuis son officialisation en 2016, elle a pris de nouvelles orientations. Elle est située à Godomey, dans la Von de la Pharmacie FIGNONHOUN ; première Von à droite.

2.4.1. Missions et organisation de SUDCREA

▪ Au plan culturel

SUDCREA a pour mission de soutenir la créativité artistique en Afrique ; contribuer à l'épanouissement des communautés en promouvant l'accès aux biens culturels. Elle cherche aussi à booster l'émergence de nouveaux marchés et industries créatives sur le continent africain.

▪ Aux plans social et éducatif

SUDCREA est vouée à promouvoir les droits de l'enfant et à éduquer les jeunes (surtout les adolescents) à la citoyenneté au Bénin. Leurs nombreuses activités incluent le théâtre à la formation professionnelle, la création de plateforme en ligne. Elle s'engage pleinement dans le développement social et éducatif de la jeunesse.

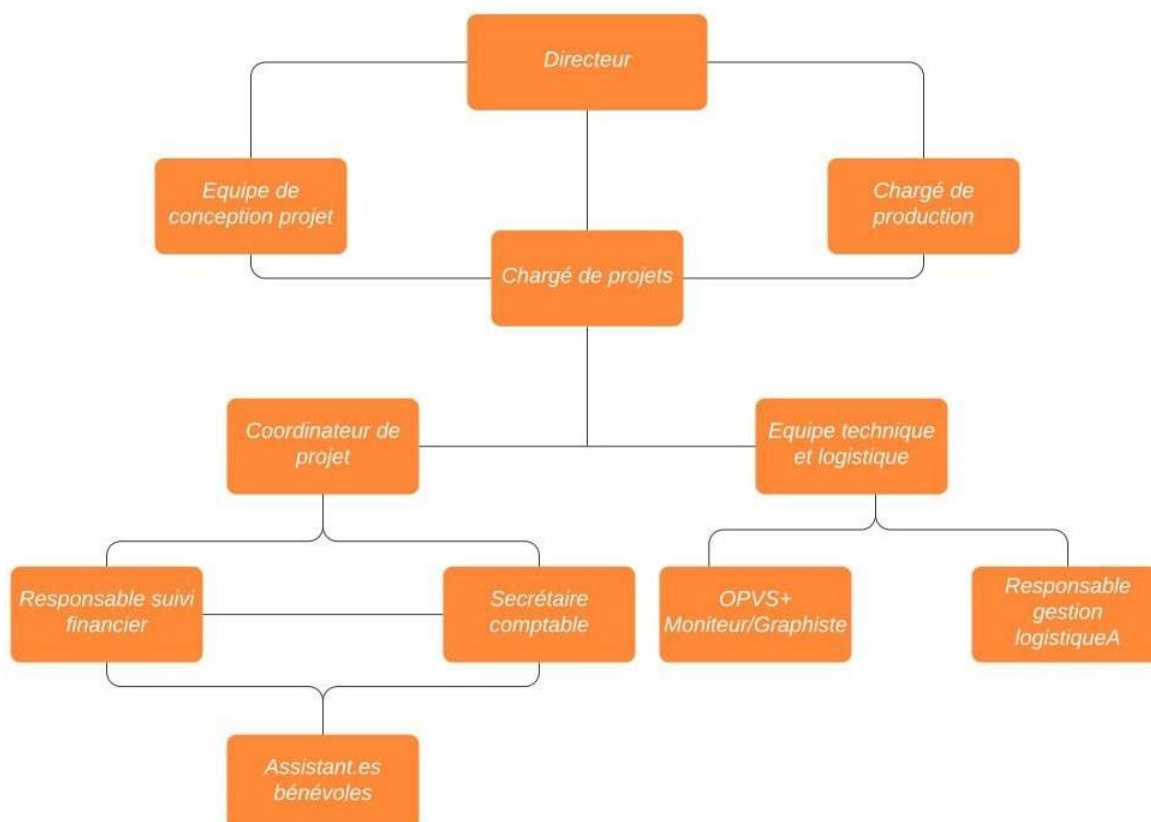
Tableau n° 2 : Les réalisations de SUDCREA aux plans social et éducatif

Année	Evènements	Objectif
2008	SUDCREA organise une série de communications, en partenariat avec le FITHEB et l'Atelier Ouverture Azo, à l'endroit des étudiants de l'UAC sur le thème « Théâtre et amphithéâtre, la vraie relation »	Appuyer le FITHEB en renforçant la connaissance que la communauté estudiantine avait de ce festival.
2009	- L'association organise la première édition du festival de Street Dance à Cotonou pour les jeunes de 12 à 18 ans. - Elle organise aussi trois spectacles de rue à Cotonou, Calavi et Porto-Novo sur sollicitation du Festival des arts contemporains RENCARTS d'Artistik Africa	Sensibiliser les jeunes de 12 à 18 ans sur les effets néfastes du tabac

2013	« Les embuscades de la scène », sous-titré Boulevard de la jeune création théâtrale est né.	
2017	- Sudcréa a mis en ligne un site web d'information culturelle. Le site est publié à l'adresse www.benincrea.net (depuis 2017) qui est une plateforme numérique. - En Mai, elle a noué un partenariat avec les structures REUSSIR ONG, Gangan Productions et Audiences Strategy sur le projet ZULU PROJECT - Au mois de Juillet, SUDCREA a accueillie à Cotonou une compagnie de théâtre Franco-suisse « Le désordre des choses » dans le cadre du projet « BABAR, le transparent noir	- Augmenter la visibilité des créateurs d'art ; des projets artistiques et de coopération ; des structures agissant dans ledomaine culturel et à servir de relais d'opportunités endirection des artistes en Afrique. - Permettre à 50 jeunes béninois d'accéder à une formation courte dans les métiers de l'audiovisuel et du numérique
2018	- SUDCREA a démarré le projet Les Didascalies du Monde - La naissance du studio Echafaudages	- Faire découvrir à un public diversifié, l'écriture dramatique francophone àtravers des lectures des spectacles de textes d'auteurs venant d'ici et d'ailleurs - Apprendre à écrire, participer à des comités de lecture

Source : SUDCREA

Figure n° 4 : Organigramme de SUDCREA



Source : SUDCREA

2.5. Cadre méthodologique

Population cible et relations (Conditions) de travail durant le stage

□ **Population cible :**

Notre population cible pour cette étude sont les acteurs culturels de la commune de Porto-Novo et d'Abomey – Calavi.

□ **Relations (Conditions) de travail durant le stage à LA GRANDE PLACE :**

Le stage s'est déroulé du 24 Octobre 2023 au 24 Janvier 2024 dans une atmosphère sereine et une solidarité qui témoigne de l'ambition des employés du lieu à accompagner et mettre tout ce qu'il faut à la disposition des étudiants en stage pour l'obtention de très bonnes mentions sur leurs diplômes et permettre leur développement dans le secteur culturel et artistique.

Au cours de notre stage nous avons eu à réaliser plusieurs tâches telles que :

- La gestion des canaux digitaux du centre (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)

- La programmation d'activités artistiques et d'initiatives à l'endroit du centre
- Le traitement des courriers et l'envoi de correspondances
- Participation à la rédaction de projets culturels et artistiques
- La gestion de projets culturels et artistiques (PROJET RESTITUT-LITTART)
- La coordination d'activités récréologiques avec les adhérents du centre (atelier de lecture et dessin)
- La médiation avec les autorités locales et municipales (chef quartier, Mairie)
- Participation à la rédaction des contrats et des partenariats
- Le contrôle pour le maintien de la propreté dans le centre
- La représentation du centre aux diverses manifestations
- Le rangement des livres dans la bibliothèque
- La prise de contact et le médiateur des résidents dans le centre (Tonia Marek)
- L'organisation de différents événements dans le centre

Nous avons coordonné le projet RESTITUT-LITTART financé par le projet Ressources Educatives et mis en place toutes les dispositions liées à l'exposition collective « LA FUSION DES IMPOSSIBLES » (de la prise de contact en passant par le déplacement pour aboutir à l'exposition).

☐ **Relations (Conditions) de travail durant le stage à SUDCREA**

Nous avons effectué un stage académique de trois mois allant du 25 octobre au 25 janvier dans les locaux de SUDCREA dans le but de la rédaction de mon mémoire de fin de formation.

Au cours de mon stage, nous avons eu à réaliser des tâches telles que :

- La numérisation et scanner des fiches (Etat de paiements, etc.)
- Le mémoire des frais
- L'AIB (Assiette Individuelle sur Bénéfice)
- La rédaction des rapports d'activités
- Le plan bilan des activités effectuées par jour
- Agent marketing sur le projet BFT
- Les tâches à faire avant un spectacle (jeudi 23 novembre 2023)
- Nous avons assisté Madame Tabitha ATCHO sur deux projets : LTAT (La Troupe des Ados de Togoudo) et BFT (Bénin Femmes Techniciennes)

☐ **Techniques et instruments de recherches**

Nous présenterons ici les démarches méthodologiques de la recherche :

- Les entretiens
- Les questionnaires d'enquêtes
- Les investigations

Parlant des méthodes d'analyse appliquées à l'étude, nous nous sommes appuyés sur l'analyse descriptive qui consiste à faire un résumé des données d'analyse recueillies ; et l'analyse différentielle qui « prend une petite partie d'un ensemble de données pour faire des inférences sur une plus grande partie » (Zipreporting, 2020). A ceux-ci s'ajoute l'analyse causale qui consiste à prendre « un ensemble de variables » et d'« évaluer s'il existe une relation de cause à effet entre elles et pourquoi » (Zipreporting, 2020).

□ **Déroulement de l'étude pendant le stage à LA GRANDE PLACE Bénin**

Durant les premières semaines, avec des questions et des demandes de justifications à mes collègues, nous avons pu obtenir une liste de quelques mécènes et sponsors qui mènent des activités annuellement dans la ville de Porto-Novo et qui ont une grande notoriété. Cet aspect nous a facilité la tâche car il nous a préparés déjà psychologiquement aux humeurs, réactions et comportements de certains acteurs culturels, "mécènes" et sponsors. Par la suite nous avons élaboré le questionnaire adressé aux mécènes et sponsors. Il faut préciser que le guide était réalisé en 2 temps (la version en ligne et la version imprimée en papier). Des institutions, entreprises privées et publics ainsi que des personnes faisaient partie des cibles et des personnes que nous devrions interroger pour avoir plus d'informations.

Après la collecte des informations, nous sommes passés à l'analyse et à l'interprétation des données, à la vérification des hypothèses et à la proposition de solutions.

Chapitre II
Traitement et analyse des résultats d'enquête ou des
informations recueillis sur le terrain, vérification des hypothèses
et proposition de solutions

Tout au long de ce chapitre, nous expliquerons les résultats de nos enquêtes menées dans nos différents lieux de stage.

Pour mener à bien nos travaux, nous avons mené une collecte de données à la bibliothèque de La GRANDE PLACE, la BIBLIOTHEQUE de l'Université d'Abomey Calavi. De plus, nous avons effectué des enquêtes auprès de personnes ressources et des institutions ayant une notoriété dans le domaine concerné.

II. Traitement des données et des informations recueillies et analyse des résultats

Les entretiens

Dans le but d'approfondir nos recherches et connaissances dans le domaine du sponsoring et du mécénat culturel au BENIN, nous nous sommes rendus sur le terrain et avons échangé avec quelques experts en la matière. Il convient de mentionner que les différentes personnes ressources revenaient à chaque fois sur le fait qu'aucune loi ne leur attribue le statut de mécène ou de sponsor mais c'est l'impact des actions qu'ils mènent et leur soutien envers les artistes et /ou les événements culturels qui emmènent une majorité à croire qu'ils ont les moyens pour débloquer des fonds.

Tableau n° 3 : Les versions des personnes ressources rencontrées.

N°	Nom et prénoms	Qualité	Version
1	Monsieur Gérard BASSALE	Directeur du centre culturel OUADADA	« Même une exemption de 2% sur les frais d'impôts serait un moteur et une source de motivation qui inciterait les opérateurs économiques à soutenir les artistes et associations »
2	Karimi CHOUYOUTI	Artiste plasticien, Directeur de la galerie Case Nomade	« Le Concept du mécénat est carrément inexistant au Bénin. Je suis même preneur s'il y en a. »
3	Laurette SOUALY	Coordonnatrice du Laboratoire d'Innovation Sociale (LABIS)	« Jusqu'aux dernières nouvelles, j'ai appris que le ministre a dit aux opérateurs économiques qu'elle va penser à une loi sur le mécénat culturel mais jusque-là elle n'est pas encore promulguée. »

		Directeur de l'Espace culturel MAYTON et	« Le Ministre GANIOU SOGLO avait soumis une loi sur le mécénat mais qui avait été rejetée »
4	Tony YAMBODE	consultant en gestion de projets culturels	par l'assemblée Nationale, ce qui ne permet pas une implication des opérateurs du secteur privé aux activités à caractères artistiques et culturelles...Je crois qu'il y a une « loi en souffrance ». »
5	Guillaume CODJO	Chef service de la cellule juridique du Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts	« Une loi sur le mécénat est en train d'être pensée l'Etat y travaille rigoureusement. »
6	Claude BALOGOUN	Directeur de Gangan Productions	« Il n'existe pas une loi sur le sponsoring et le mécénat culturel. »

Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

1. Présentation des résultats du questionnaire et analyse des données

Tableau n° 4 : Le point : nombre et natures des structures ayant fait objet de nos enquêtes.

	Nombre total Distribué	Nombre total récupéré	Total en pourcentage
Les institutions et équipements culturels Les organisations publiques étatiques Les associations artistiques Les entreprises de télécommunications Les organisations internationales au Bénin	18	11	61,11 %

Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

Nous avons mené les enquêtes en nous appuyant sur la visibilité de quelques grandes structures, organisations et institutions qui accompagnent des artistes, des associations artistiques et/ou des événements à caractère culturel au Bénin. Grâce à notre carnet d'adresses et au soutien de notre directeur de mémoire ainsi que de nos professeurs à l'INMAAC, nous avons pris des jours de rendez-vous et nous avons échangé avec les potentiels « mécènes » et « sponsors ». Pour les autres organisations et institutions, nous avons rédigé des courriers que nous avons adressés. Certaines organisations ont répondu aux courriers et nous l'ont transmis tandis qu'avec d'autres nous avons rencontré de réelles difficultés en ce qui concerne le remplissage de notre formulaire. Après le dépôt des courriers, nous avons attendu un délai de 30 jours pour repartir afin d'avoir les renseignements mais elles n'ont toujours pas porté leurs fruits. Chacun des tableaux et/ ou des graphes suivants correspond à une question du questionnaire d'enquête. Il est important de souligner que toutes les questions n'ont pas besoin de tableau.

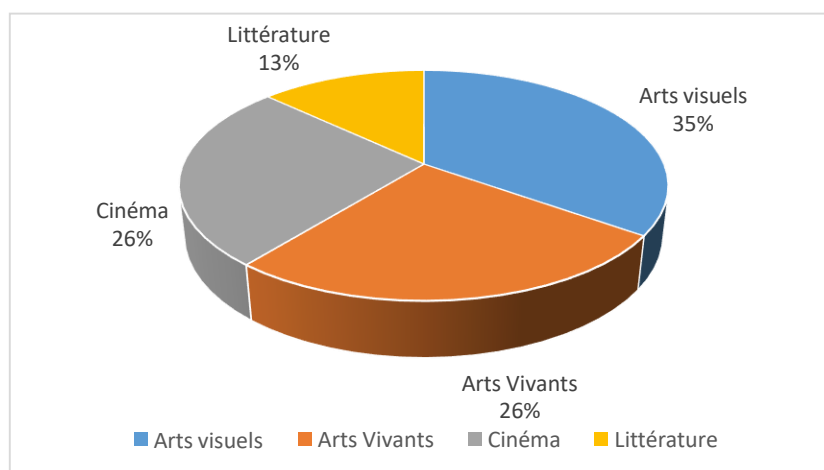
Tableau n° 5 : Motifs d'accompagnement des activités à caractère artistique et ou culturel

Motif de l'accompagnement des initiatives dans le secteur culturel et artistique	Missions	Acteur du secteur	Total
Réponse des enquêtés	02/11	05/11	07 /11

Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

En nous focalisant sur les organisations retenues et les motifs de leur accompagnement /soutien au foisonnement du secteur artistique et culturel, nous constatons que la majorité accompagne ce secteur avec leurs moyens (nature, financier, compétences) parce qu'ils sont des acteurs du milieu artistique et culturel. Une partie non négligeable accompagne le secteur des arts et de la culture pour diverses raisons.

Graphique n° 1 : Les disciplines artistiques accompagnées par les sponsors et mécènes

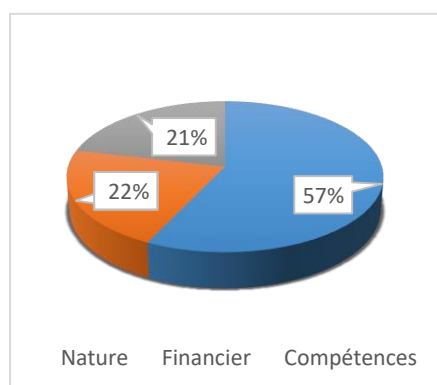


Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

La discipline artistique la plus accompagnée dans le secteur est représentée par les arts visuels. D'après l'étude que nous avons menée le soutien accordé aux arts vivants et au cinéma sont équivalentes tandis que la littérature et les autres secteurs viennent en dernière position.

L'accompagnement est plus accordé dans le secteur des arts visuels avec les mécènes et les sponsors.

Graphique n° 2 : Formule d'accompagnement des sponsors et mécènes



Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

Sur la base des informations recueillies auprès des sponsors et mécènes que nous avons interrogés, 57% de la population étudiée préfèrent accompagner en nature tandis que l'accompagnement financier et l'accompagnement en compétences et en nature s'observent respectivement à 21% et 22 % sur le territoire béninois.

Les mécènes et sponsors de notre étude accompagnent les artistes, les associations artistiques et les projets artistiques avec des biens (lieu, chaise, appareil, etc...)

Tableau n° 6 : Existence des décrets et des lois régissant des actions des sponsors et mécènes

Réponses des mécènes et/sponsors	OUI	NON
Nombre d'organisation /institution/entreprise	3	4

Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

4/11 des organisations interrogées ne sont pas informés d'un éventuel décret qui reconnaissent leurs actions, ce qui fait qu'ils ne bénéficient d'aucune grâce à l'issue de leur accompagnement. Parmi les 3/11, 2 reconnaissent qu'il existe que des lois mais ne les maîtrise guère. S'agissant de ceux qui ont la maîtrise de cette loi, les mécanismes d'incitation au mécénat culturel notamment les mesures spécifiques et les incitations fiscales accordées aux mécènes restent à définir. « La loi n°2021-09 du 22 octobre 2021 portant protection du patrimoine culturel en République du Bénin en son article 160 consacre le mécénat culturel dans notre pays.

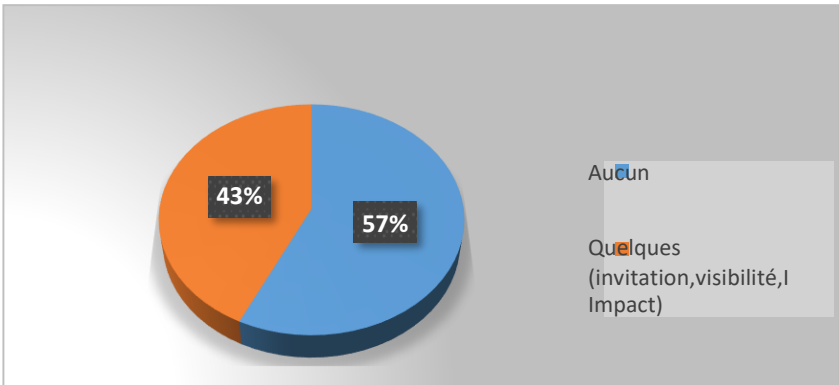
Tableau n° 7 : Initiatives accompagnées par les organisations ayant fait objet de notre étude.

Disciplines accompagnées Quantité	Art	Culture	Education
+20	4	3	
-20	4	3	1
Autres	-	-	-

Source : HOUNTONDJI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

En terme quantitatif 4 organisations sur 11 accompagnent des initiatives, plus d’une vingtaine dans le secteur des arts chaque année, ce qui constitue une grande possibilité pour la levée de fonds demandées par des artistes et associations artistiques. Il convient de mentionner que 3/11 organisations accompagnent plus ou moins 20 initiatives culturelles par an. Le chiffre 20 s’avère être une estimation afin de quantifier le nombre d’initiatives accompagnées dans le secteur des arts et la culture au Bénin. Parmi, les acteurs de notre étude l’une accompagne des projets et programmes d’ordre éducatif et deux autres ont eu à mentionner qu’ils accompagnent dans d’autres secteurs outre les arts et la culture.

Graphique n° 3 : Les avantages tirés des actions menées par les sponsors et mécènes



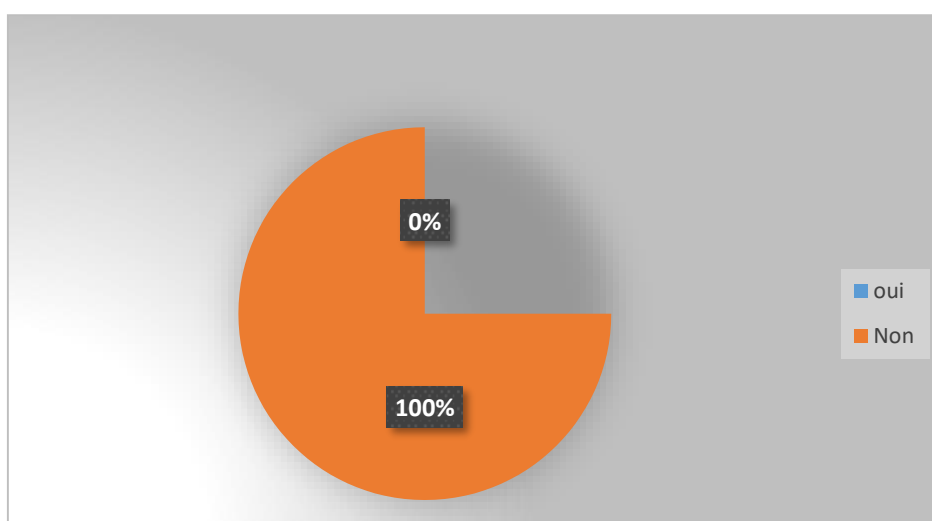
Source : HOUNTONDJI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

Il fallait également que nous nous intéressons aux avantages ou profit tiré des actions des

« **mécènes** » et « **sponsors** » questionnées.

La majorité des « mécènes » et « sponsors » du Bénin (57%) ne tirent aucun avantage des actions qu'ils mènent dans l'optique de soutenir les artistes et la création artistique. C'est l'invitation à des événements, la représentation des spectacles, la propagande des noms dans les chansons d'artistes qui représente pour certains l'avantage à accompagner des initiatives à caractère culturel et artistique. C'est avec la seconde partie de la population (43%) de la population étudiée que nous comprenons qu'il y a des avantages qui sont restés très privés et non dévoilés. La majorité des sponsors et des mécènes du Bénin ne tirent pratiquement aucun avantage des différentes actions menées pour la valorisation et le foisonnement du secteur artistique et culturel.

Graphique n° 4 : Existe-il des points de convergence et de divergence entre le mécénat et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ?

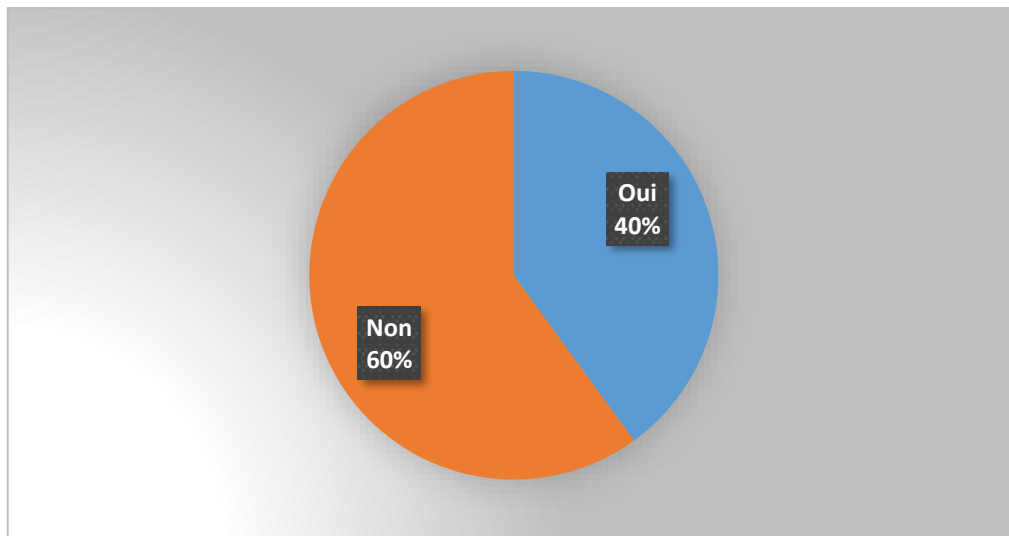


Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

Pour un plus grand nombre, le mécénat et la RSE ont pour objectifs de mener des actions sans attente de contrepartie. Nous avons décidé de proposer cette question dans l'objectif de susciter des mécanismes d'accompagnement des acteurs du secteur culturel et artistique.

La population étudiée reconnaît que le mécénat et la responsabilité sociale des entreprises se retrouvent dans deux différents contextes qui ont toutefois tendance à se confondre.

Graphique n° 5 : La création d'un ordre des mécènes et ou parrains pourrait-elle répondre aux besoins des acteurs par communauté ?



Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila : Travaux de recherche de Décembre 2023 à Février 2024

Dans la dernière question de notre formulaire, notre question renvoie à une proposition pour la réussite et la bonne répartition des ressources des mécènes et sponsors du Bénin. L'idée envisagée est la mise en place d'un ordre pour les mécènes et les sponsors du Bénin.

Sur la base des résultats issus des recherches, plus de la moitié des organisations ne sont pas en accord sur le fait de créer un ordre pour les mécènes du Bénin mais une plus grande partie (60 %) opte pour l'exemption des frais d'impôts afin d'inciter les opérateurs économiques à financer le secteur. Une faible partie de la population (40 %) accepte cette initiative si éventuellement des conditions seront mises en place afin d'accroître le foisonnement du secteur. Il convient de mentionner que le choix opéré par les acteurs qui disent « **non** » part de la question de la divergence des intérêts et des besoins.

2. Mise en relation de l'analyse avec la problématique et les objectifs du sujet choisi, étérification des hypothèses de recherche

La création d'un répertoire des mécènes et des sponsors du Bénin sera un grand pas afin de mettre la lumière sur les pionniers du secteur du sponsoring et du mécénat au Bénin. Ce répertoire permettra aux plus grand nombre d'artistes et d'associations artistiques de bénéficier d'accompagnement :

- La création d'un ordre de mécènes ne pourrait favoriser tous les mécènes et les parrains du secteur des arts et de la culture en raison de la divergence des intérêts.
- Les actions des mécènes ne sont pas officiellement reconnues par l'état et les

organisations qui y mènent des actions n'en tirent aucun avantage.

- Le système de financement du secteur artistique est fondé sur l'extérieur.
- Le manque d'encadrement dans le volet du développement du secteur des arts et de la culture constitue un frein au développement du secteur.
- Inexistence d'une loi sur le mécénat et des mécanismes de son fonctionnement reste à définir.
- La situation des impôts demeure un poids pour les entrepreneurs et même les acteurs disposant de ressources en nature (lieux, appareil, studio, centre).
- Mise en place d'un concept qui met en lumière et qui explique les différences entre le mécénat et la responsabilité sociétale des entreprises permettrait aux entrepreneurs de mieux s'impliquer dans le secteur artistique et culturel.
- La catégorisation et la création d'un document sur les sponsors et les mécènes du Bénin mettront en lumière les actions des activités.
- L'incitation et la mise en place d'activités et d'actions pour le soutien des acteurs restent une doléance et un besoin permanent.

Au regard de l'analyse des informations, nos trois hypothèses précédemment énoncées sont donc vérifiées.

3. Propositions de solutions

Pour répondre à la question du besoin en matière de financement, nous proposons :

- Elaboration de décrets pour inciter les opérateurs économiques béninois à promouvoir les associations artistiques du Bénin
- La création de consortium au sein des différentes municipalités pour favoriser la répartition des moyens financiers et la réalisation de projets culturels sur le territoire
- La mise en place d'une plateforme numérique afin de se faire enregistrer et de bénéficier des privilèges
- La mise en place d'un dispositif juridique pour accompagner les acteurs culturels et les entreprises pour impacter le territoire par le biais des opérations et projets mises en place.
- Mise en place d'actions stratégiques pour présenter chaque année les difficultés auxquelles sont confrontés les artistes et acteurs culturels par département.

- Mise en place de dispositif de soutien aux artistes au travers des initiatives de financement participatif (prélèvement sur salaire, retrait de pourcentage sur des frais relevant des impôts).

CHAPITRE III

PROJET PROFESSIONNEL

III. Titre du Projet : Plateforme numérique des sponsors et mécènes

1. Résumé du Projet

Le projet « Plateforme numérique des sponsors et mécènes » vise à établir un partenariat entre les acteurs culturels du Bénin et les entreprises privées à travers la mise en place d'un répertoire des sponsors et mécènes culturels, ainsi que la création d'une Organisation de Collecte des Fonds Culturels et Artistiques du Bénin (OFCAB). Les principaux objectifs incluent la création d'une base de données pour les sponsors et mécènes culturels, le développement d'actions de médiation pour promouvoir le mécénat culturel, et la facilitation des échanges entre porteurs de projets culturels et entreprises privées. L'impact attendu comprend une stimulation du secteur artistique et culturel, une réduction du chômage grâce à la création d'emplois dans ce domaine, et une dynamisation de l'économie locale grâce aux investissements des entreprises dans la culture.

2. Contexte et Justification

Le Bénin possède une riche tradition artistique et culturelle qui mérite une visibilité accrue et des soutiens financiers pour prospérer. Cependant, les artistes locaux rencontrent souvent des difficultés à accéder à des financements et à établir des contacts avec des mécènes intéressés. Actuellement, il existe un manque de structures efficaces pour promouvoir et financer les arts au Bénin. La plupart des artistes doivent se tourner vers des sources de financement informelles, limitant ainsi leur capacité à développer des projets ambitieux. Une plateforme numérique pour le financement des arts au Bénin permettra de centraliser les opportunités de mécénat et de financement privé, offrant ainsi aux artistes un accès simplifié à des ressources essentielles. En outre, cela encouragera une participation accrue des mécènes internationaux, stimulant ainsi l'économie culturelle locale. La création d'une plateforme numérique dédiée permettra de faciliter la rencontre entre les artistes béninois et les mécènes, tout en offrant une vitrine internationale à l'art et la culture du Bénin. Cela répondra au besoin croissant de financement privé pour soutenir des projets artistiques innovants et préservant le patrimoine culturel.

Ainsi, pour remédier à ce problème le projet va se dérouler en 2 temps : La création du répertoire des sponsors et mécènes du Bénin. La mise en place de l'Organisation de Collecte des Fonds Culturels et Artistiques du Bénin (OFCAB). Dans un premier temps le projet débute avec la mise en place des procédures pour la création du document sur les sponsors et mécènes du Bénin. C'est un répertoire non exhaustif qui comportera tous les mécènes et sponsors culturels du Bénin (en format livre) et (en version numérique). Dans un second temps, la mise en place de

l'Organisation de Collecte des Fonds Culturels et Artistiques du Bénin (OFCAB) vient accompagner l'état dans sa réforme de l'instauration de la loi sur le mécénat culturel afin de soulager les associations artistiques et les opérateurs économiques du Bénin. Le besoin d'accompagnement des artistes et associations culturelles en termes financier sera soulagé par l'investissement des opérateurs économiques du secteur privé qui recevront un allègement d'un pourcentage (%) sur leurs frais d'impôts. L'enregistrement des données de l'entreprise appartenant à ce répertoire rempli des formalités et soumet des documents montrant sa capacité à accompagner un projet artistique et culturel, ce qui lui facilite l'exemption des (%) sur les frais d'impôts. Le soulagement des frais d'impôts à travers la mise en place de ce mécanisme de financement des arts et de la Culture allègera l'accompagnement à travers les fonds du Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts du Bénin. Ceci serait le début d'un foisonnement du secteur artistique et culturel au sein des différents départements du pays ajouté à la réduction du taux de chômage au Bénin.

3. Objectifs

- **Objectif global :** Créer une base de données pour les sponsors et mécènes culturels du Bénin.
- **Objectifs spécifiques :**
 - Créer le répertoire des sponsors et mécènes dans le secteur des arts au Bénin en format livre.
 - Créer une plateforme numérique pour recenser tous les mécènes culturels et artistiques du Bénin.
 - Développer des actions de médiation à l'endroit des privilèges offerts par le mécénat et le sponsoring au Bénin.
 - Favoriser les échanges entre les porteurs de projets culturels et les chefs d'entreprises du secteur privé.
 - Contribuer à l'application des textes en vigueur sur le mécénat culturel au Bénin.
 - Mettre en place un mécanisme de réduction du taux de chômage.

4. Public Cible : Acteurs culturels, acteurs du patrimoine, les entreprises

➤ Activités :

- Formaliser une organisation de la société civile
- Recueillir les projets artistiques et culturels portés par les artistes et les associations culturelles.
- Inscrire et envoyer des informations sur les entreprises bénéficiant d'exemption sur les frais d'impôts.
- Enregistrer des structures bénéficiant de l'exemption des frais d'impôts et des associations artistiques lauréats.
- Signer des accords et de traités sur les modalités d'accompagnement et des conditions d'éligibilité des associations accompagnées.
- Accompagner et mettre en place un mécanisme de suivi, de contrôle et d'évaluation des projets accompagnés par les opérateurs du secteur public et privé.

Tableau n° 8 : Calendrier de mise en œuvre du projet OFCAB

Les étapes	Date de début	Date du fin
Location de la structure, formalisation de la structure OFCAB, Aménagement de la structure	1^{er} octobre 2024	1^{er} décembre 2025
Recueil des projets artistiques, culturels et inscription puis envoi des informations sur les entreprises bénéficiant d'exemption sur les frais d'impôts	05 décembre 2025	15 janvier 2025
Enregistrement des structures bénéficiant de l'exemption des frais d'impôts et des associations artistiques lauréats, signature des accords et de traités sur les modalités d'accompagnement et des conditions d'éligibilité des associations accompagnées.	15 janvier 2025	31 janvier 2025
Accompagner et mettre en place un mécanisme de suivi, de contrôle et d'évaluation des projets accompagnés par les opérateurs du secteur public et privé.	01^{er} février 2025	1^{er} mars 2025

Création et transmission des informations sur le site web.	02 mars 2025	02 avril 2025
--	--------------	---------------

Source : HOUNTONDI Kelly et HOUNKPONOU Davila,2024

➤ **Partenaires et Collaborateurs**

La création du répertoire des sponsors et des mécènes du Bénin pourrait bénéficier de l'accompagnement des différentes structures culturelles et artistiques du Bénin ainsi que le Ministère du Tourisme de la Culture et des Arts et de l'Agence de Développement des Arts du Bénin.

Plusieurs partenaires sont pensés pour la concrétisation des plans d'actions du projet **OFCAB** car il constitue le deuxième volet du projet.

Il s'agit de :

- L'**UNESCO**, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, a pour mission de promouvoir la diversité culturelle, de protéger le patrimoine mondial et de soutenir les industries culturelles. Elle pourrait fournir un cadre et des recommandations pour encourager le soutien des entreprises privées aux arts.
- Bien que principalement axée sur le développement économique et social, la **Banque Mondiale** reconnaît l'importance des industries culturelles dans l'économie mondiale. Ainsi, elle pourrait s'intéresser à des projets qui encouragent l'investissement privé dans les secteurs culturels, y compris les arts, ce qui pourrait stimuler une nouvelle levée de fonds pour favoriser la croissance du projet.
- La **Fondation Open Society** soutient divers projets liés aux droits de l'homme, à la culture et à l'art. Elle représente un partenaire potentiel pour des initiatives visant à promouvoir l'engagement des entreprises privées dans le soutien aux arts au Bénin.
- Le **Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts** apportera son expertise en compétences et en gestion des ressources humaines pour assurer le succès et la réalisation des objectifs de l'organisation. Le Ministère coopère étroitement avec les membres de cette organisation pour le traitement des demandes de sponsoring et de mécénat envoyées directement à celui-ci, recevant en moyenne plus de 20 courriers par mois à cet effet.
- L'**Association Nationale des Communes du Bénin** (ANCB) soutiendra administrativement l'équipe de l'OFCAB pour ses opérations dans les diverses communes du Bénin.

- **Admical**, une organisation de la société civile basée en France spécialisée dans la sensibilisation aux avantages du mécénat, accompagnera l'équipe de l'OFCAB en renforçant les capacités de ses ressources humaines pour le développement des projets.
- **Le Ministère de l'Économie et des Finances**, par le biais de sa Direction Générale des Impôts, supervisera le versement et la traçabilité des modalités de versements prévues par l'entreprise, ainsi que l'éligibilité à l'exemption des 2 % sur les impôts.
- Ces organisations internationales peuvent être sollicitées pour leur expertise et leur soutien dans le renforcement des capacités des jeunes administrateurs culturels et des membres de l'organisation, à travers des formations et des modalités d'accompagnement et de reconnaissance des meilleurs opérateurs économiques.

5. Méthodologie

Dans un premier temps, nous allons parcourir les institutions assez reconnues et les différentes organisations dans le secteur du mécénat et du sponsoring. Les travaux commenceront avec les différents départements. A la suite des interventions dans les différentes organisations, nous allons créer un catalogue pour les organisations culturelles et artistiques au sein des 12 départements du Bénin. Ensuite, nous procéderons à la création du répertoire des mécènes et des sponsors du Bénin. Ce document serait en format texte et sur une plateforme numérique afin de le mettre à la disposition du public, des établissements scolaires, des universités, des entreprises, des acteurs culturels et des différents philanthropes. C'est un document édité et accompagné par le **Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts du Bénin** pour une bonne distribution. Avec le soutien du **Ministère de la digitalisation**, un site web pourrait faciliter la transmission des informations sur les différentes organisations culturelles et artistiques du Bénin.

A la suite de la création du répertoire des mécènes et sponsors du Bénin et l'instauration de la loi sur le mécénat au Bénin, **L'Organisation de Collecte des Fonds Culturels et Artistiques du Bénin (OFCAB)** serait mise sur pieds afin de répondre à deux besoins :

- L'accompagnement (financier) des acteurs du secteur artistique et culturel
- La défiscalisation sur les impôts des entreprises par l'Etat

6. Indicateurs de Réussite

 Nombre d'entreprises et de sponsors répertoriés :

- Critère : Au moins 200 entreprises enregistrées dans le répertoire des sponsors et mécènes du Bénin.

- ✚ Nombre d'associations culturelles et artistiques enregistrées :
 - Critère : Plus de 50 associations culturelles et artistiques enregistrées auprès de l'OFCAB.
- ✚ Taux de participation des entreprises :
 - Critère : Un taux de participation d'au moins 70% des grandes entreprises et PME éligibles au programme de sponsoring et de mécénat culturel.
- ✚ Montant total des fonds levés :
 - Critère : Plus de 500 millions de francs CFA levés pour soutenir les projets artistiques et culturels.
- ✚ Nombre de projets soutenus :
 - Critère : Au moins 150 projets artistiques et culturels soutenus par l'OFCAB.
- ✚ Taux de satisfaction des bénéficiaires :
 - Critère : Environ 70 % de bénéficiaires satisfaits

Tableau n° 9 : Budget prévisionnel du projet OFCAB, l'an 1

BUDGET PREVISIONNEL					
	Poste budgétaire	Coût Unitaire (F CFA)	Unité	Nombre d'unités	Coût total (F CFA)
1.	I. Frais de fonctionnement				
1.1	Rémunération du personnel				
1.1.1	Coordonnatrice	100000	Mois	8	800000
1.1.2	Responsable administratif et financier	100000	Mois	8	800000
1.1.3	Un médiateur	80000	Mois	8	640000
1.1.4	Un Secrétaire	50000	Mois	8	400000
1.1.5	Chargée de la communication et du marketing	200000	Mois	12	2400000
1.1.6	Personnel technique : chaque 3 mois	180000	Trimestre	4	720000
1.2	Charges de gestion courante				
1.2.1	Location du local : OFCAB en bail	80000	Mois	12	960000
1.2.2	Frais de tenue de compte bancaire	2000	Mois	12	24000
1.2.3	Electricité	50000	Mois	12	600000
	Sous-total I				7344000
2.	II. Frais de mise en œuvre de l'initiative				
2.1	Frais relatifs à la conception et à la préparation du projet				
2.1.1	Frais d'enregistrement de l'entreprise OFCAB	55000	Provision	1	55000
2.1.2	Création et développement du site web	300000	Nombre	1	300000
2.1.3	Maintenance et hébergement du site web	100000	Année	1	100000

2.1.4	Logo d'OFCAB	80000	Nombre	1	80000
2.1.5	Registre de commerce de la société OFCAB	15000	Année	1	15000
2.1.6	Frais de connexion internet	200000	Nombre	1	200000
2.1.7	Frais de forfaits appels (téléphone)	100000	Nombre	1	100000
2.1.9	Frais de transport et logistique	300000	Forfait	1	200000
2.2	ACHATS D'EQUIPEMENTS ET MATERIELS				
2.2.1	Achat de deux laptops et deux imprimantes	300000	Nombre	4	1200000
2.2.2	Téléphones, microphone	100000	Nombre	3	300000
2.2.3	Les mobiliers de bureau (Chaises, bureaux, Armoires de rangement, corbeilles à papier, tables de réunion, présentoirs)	100000	Nombre	11	1100000
2.2.4	Accessoires de bureau (Papier A4, formulaire de sondage, surligneurs, crayons, agrafeuses, crayons, enveloppes, trombones, cartouches d'encre, etc.)	200000	Nombre	1	200000
2.2.5	Frais relatif aux impressions (édition)	300000	Nombre	1	300000
2.2.6	Fournitures de nettoyage (balais, sacs-poubelle, éponges, chiffons)	10000	Nombre	1	10000
2.2.7	Photocopieur	200000	Nombre	2	400000
3.	Frais de communication				
3.1	Cadreur	100000	Mois	12	1200000
3.1.1	Publications sur les plateformes digitales	100000	Nombre	1	100000
3.1.2	Frais de presse	200000	Forfait	1	200000
3.1.2	Evènement de lancement du projet	70000	Forfait	1	70000
	Sous-total II				6130000
4.	III. Frais de missions				
4.1	Transport	300000	Provision	1	300000

4.1.1	Restauration	500000	Provision	1	500000
4.1.2	Hébergement	200000	Provision	1	200000

4.1.3	Autres frais divers	300000	Année	1	300000
	Sous-total III				1300000
	Total des coûts directs éligibles à l'action(I+II+III)				14774000
5.	Imprévus : 3% du total des coûts directs éligibles à l'action	443220	Provision	1	443220
	Total des coûts directs et indirects (total des coûts directs éligibles à l'action+ imprévue)				15217220

Source : HOUNTONDJI Kelly et HOUNKPONOU Davila,2023

Arrêté le présent budget à hauteur de **Quinze millions deux cent dix-sept mille deux cent vingt (15 217 250F CFA)**

Nous espérons un financement des partenaires et sponsors à hauteur de **onze millions quatre cent douze mille neuf cent quinze (11 412 915F CFA)** soit 75 % du budget prévisionnel.

Nous allons pouvoir puiser les fonds restants à partir de la valorisation qui nous sera accordé en comptant sur l'apport technique des municipalités et des bailleurs et privilégiant les dépenses d'ordre utiles et en travaillant pour le réajustement du budget .

CONCLUSION

Le financement privé des arts et de la culture au Bénin représente un pilier essentiel pour le développement et la promotion de ces secteurs vitaux de la société. En effet, grâce à l'engagement des entreprises, des philanthropes et des partenaires privés, les initiatives culturelles peuvent s'épanouir et contribuer de manière significative à l'enrichissement de la diversité culturelle béninoise. Cependant, pour assurer la pérennité et l'efficacité de ce financement, il est crucial de renforcer les partenariats public-privé, d'encourager davantage les investissements dans les infrastructures culturelles et de promouvoir une culture de mécénat et de responsabilité sociale des entreprises. Pour optimiser le financement privé des arts et de la culture au Bénin, des mesures stratégiques sont essentielles. Il est impératif de renforcer les partenariats entre le secteur privé et les acteurs culturels, en mettant en place des incitations fiscales et des mécanismes de reconnaissance pour les donateurs et les sponsors. De plus, la sensibilisation du public à l'importance du soutien financier aux arts et à la culture est cruciale pour encourager une participation accrue de la société civile. En conclusion, le financement privé représente une opportunité majeure pour le secteur culturel béninois, mais son efficacité dépend de la mise en œuvre de politiques et de stratégies appropriées. En favorisant un environnement propice à la philanthropie et à l'investissement privé, le Bénin peut consolider son identité culturelle et stimuler l'épanouissement artistique de ses talents locaux. En collaborant étroitement, le secteur public et le secteur privé peuvent œuvrer ensemble pour garantir un soutien durable et équilibré aux arts et à la culture au Bénin, contribuant ainsi à leur rayonnement tant sur le plan national qu'international.

BIBLIOGRAPHIE

Adary Assaël, 2014 « *Le sponsoring* », Africmémoire.org consulté le 15 décembre 2023

Elia, Castel, Clara Goudou, Léa, Oliver, Anne, 2013, « *LE GUIDE PRATIQUE DU SPONSORING ET DU MECENAT* », dometheatre.com, URL : <https://www.question-sponsoring.com>, consulté le 14 décembre 2023.

Céline Riboulot, 2022, « La différence entre le sponsoring et le mécénat », URL : <https://solutions.lesechos.fr/com-marketing/c/sponsoring-et-mecenat-queelles-sont-les-differences-30878/>, consulté le 12 novembre 2023

J. Crimmins et M. Horn, 1996 « *Les avantages du mécénat* », Africmemoire.org, URL : <https://www.africmemoire.com/part.3-chapitre-premier-generalites-sur-le-sponsoring-874.html>, consulté le 20 février 2024.

François Mairesse, 2016, « *Gestion de projets culturels* », consulté le 15 octobre 2023

Gérard Bedocchi, 2005, « *La communication événementielle* », Liège, 4 p.

Glossaire, 2013, « LES FORMES DU SPONSORING », URL : <https://www.e-marketing:N/Définitions-Glossaire/Sponsor-238888.html>, consulté le 13 janvier 2024

LENDREVIE et LINDON, 2003, « *Le mécénat* », *Mercator*, Dalloz
URL : <https://infodon.fr/mecenat-definition-et-criteres/> 482 p consulté le 25 avril 2024.

Mathieu KEREKOU, 1991, « *LOI N° 91-006 du 25 février 1991 portant CHARTE CULTURELLE EN RÉPUBLIQUE DU BÉNIN* », Journal officiel de la République du Bénin.
Zunz, 2012, « *Loi de New York* », 30 p.

ANNEXES

Questionnaire soumis aux mécènes et sponsors du secteur public et privé de la commune
de :

Nom et Prénoms du mécène /sponsor :

Institution/organisation/entreprise :

Discipline artistique d'intervention (contact) :

- 1- Pourquoi financier vous ou accompagner vous des activités à caractère artistique et/ou culturel ?

.....
.....

- 2- Quelles sont les disciplines artistiques que vous accompagnez annuellement ?

Arts Plastiques - Musique – Arts de scène – Livre – Cinéma – Danse – Audiovisuel

- 3- Quel type d'accompagnement vous proposez souvent ?

Financier – nature – compétences

- 4- Existe-t-il selon vous des décrets ou des lois qui reconnaissent vos actions et vous rendent l'appareil ?

Oui

Non

- 5- Combien d'initiatives accompagnez annuellement ?

Arts +20 -20

Culture +20 -20

Education +20 -20

- 6- Pouvez-vous nous dire avec précision les différents avantages dont vous vous bénéficiez en accompagnant le secteur artistique et culturel ?

.....
.....

- 7- Parrainage (SPONSORING) ou Mécénat ?**

Pourquoi ?

- 8- Est-ce que selon vous la création d'un ordre des mécènes et/ou Parrains pour les initiatives culturelles au sein des collectivités territoriales pourrait répondre aux besoins

des acteurs par communautés ?

9- Selon vous, le mécénat et la RSE (responsabilité sociale des entreprises) représentent-ils les mêmes choses ?

Non

Oui

Liste des institutions et organisations de l'étude

Institution	Localisation	Contact
ARTS CONTEMPORAIN LABORATORIO	Cotonou, wologuede, rue du marché, Cotonou	(+229) 53 28 60 44 laboratorioartcontemporain[at]gmail.com direction[at]laboratorio.art
LA GRANDE PLACE BENIN	Porto-Novo, Tokpota DAVO 2	+229 91 47 81 77 Lagrandeplace.benin@gmail.com
Centre culturel et artistique OUADADA	Quartier Tokpota, 1 rue 1644, Porto- Novo	+229 61 76 60 61 ouadada.benin[at]yahoo.fr
LABIS (Laboratoire d'Innovation Sociale)	Quartier KOUTONGBE, CEMAAC	+229 97 33 99 46
GALERIE NOMMADE	CASE FJCC+8CF, RNIE1, Porto-Novo	+229 51 02 82 00 contact[at]casenomade.com
MAISON ROUGE	Boulevard de la Marina, Cotonou	+229 65 12 69 89 directionmaisonrougecotonou@gmail.com
UNICEF	Cotonou, DJOKPE Medard	+229 21 30 02 66
ART RESIDENCE	ilot 113 rue 40 Avakpa Kpodji	artresidence@art.bj 91 71 64 64
INSTITUT FRANÇAIS	Ave Jean-Paul II	00229 96 70 95 07 contact@if-benin.com

MINISTERE TOURISME DE LA CULTURE ET DES ARTS	DU 993W+656, Cotonou	+22921307013 mtca.contact@gouv.bj
SUDCREA	98FR+Q7Q, Cotonou	+33 7 51 80 22 85
ESPACE MAYTON	C8GP+CV9, Abomey Calavi	+229 97 48 51 13
AGENCE DEVELOPPEMENT DES ARTS DU BENIN (ADAC- BENIN)	DE 04 BP, 1334 Route des pêches	+229 91 46 19 19 adac.sa@gouv.bj
VILLA KARO	7RHG+G6R, Grand Popo	+229 94 20 44 26 info@villakaro.org
Agence télécommunication MTN	de 9C5P+5XM, Ech. de Steinmetz	+229 21 31 66 41
Agence télécommunication MOOV AFRICA	de Rue 447 ·	+229 95 99 20 00
GANGAN PRODUCTION	98FR+V66, Cotonou	+229 97 60 27 84 cbalogoun@yahoo.fr
SBIN (Société Béninoise d'Infrastructure Numérique)	Boulevard de la Marina, Immeuble Le Grand Bleu Port de pêche Cotonou	(+229) 21 31 84 03