



33, avenue d'Italie
75013 PARIS
Tél : 01 44 06 85 22
Fax : 01 44 06 84 45
Email : n.peju@fhf.fr
www.fhf.fr



84, rue d'Amsterdam
Tél: 01 43 87 52 52
Fax : 01 43 87 31 31
Email : fuchs@imsentreprendre.com
<http://www.imsentreprendre.com>

Atelier Hôpital – Entreprise : les nouvelles formes du mécénat hospitalier

Jeudi 18 mai 2006 / 10h00 – 12h30 / Espace 2000 – salle C+F

Animateurs :

- **Pr Gérard LENOIR**, chef du service pédiatrie générale, hôpital Necker enfants malades, Paris
- **Nicolas PEJU**, directeur de la communication, FHF, Paris
- **Elisabeth FUCHS**, responsable projets, IMS – Entreprendre pour la cité, Paris

Introduction

Le **Pr Gérard LENOIR** débute la conférence en évoquant le souci permanent d'ouvrir l'hôpital à la ville. L'implication des entreprises peut permettre une amélioration de la qualité de vie des patients. « *Les partenaires, industries pharmaceutiques ou autres, écoutent nos besoins, qui sont immenses. Les organismes publics ne peuvent assurer tous ces services.* » L'intérêt des entreprises pour le monde hospitalier est important et réel. Il tient à souligner la qualité de l'écoute de ces entreprises. Membre du conseil d'administration de la Fondation Groupama pour la santé, le Pr. Gérard Lenoir évoque ensuite son expérience avec la fondation Groupama. La Fondation a depuis 7 ans développé le thème et l'action qui correspondent le mieux à la fois aux aspirations de Groupama et à celles des médecins. Le thème choisi pour cette action a été celui des maladies rares, avant même que celui-ci ne devienne un enjeu de santé publique.

Enfin, le Pr Lenoir tient à rappeler que toutes ces actions s'inscrivent dans la **durée**. Il met en garde contre la perte de mémoire dans les hôpitaux publics. Il existe une rotation des personnels ainsi qu'une perte de personnels, d'où un risque de perte de mémoire. Il faut donc inscrire les actions de mécénat dans la durée et s'assurer que l'engagement des entreprises et des hôpitaux en tant que bénéficiaires est pérenne.

Présentation de la Fédération Hospitalière de France

Nicolas PEJU présente brièvement la Fédération Hospitalière de France, qui s'est engagée il y a maintenant 2 ans avec IMS-Entreprendre pour la Cité sur les questions du rapprochement entreprise –hôpital dans le cadre d'actions de mécénat hospitalier. Le rôle de la FHF et de IMS-Entreprendre

pour la Cité est de faciliter les rencontres entre entreprises et hôpitaux. Pour faciliter ce rapprochement, la FHF a mis en place un réseau interne de correspondants hospitaliers s'occupant de projets de mécénat. En juin 2005, la FHF a par ailleurs organisé avec IMS-Entreprendre pour la Cité, une réunion entre entreprises et hôpitaux, afin de permettre aux deux types de structures de mieux se connaître.

Présentation de IMS-Entreprendre pour la Cité

Elisabeth FUCHS présente IMS-Entreprendre pour la Cité, association loi 1901 créée en 1986 par Claude Bébéar et qui regroupe plus de 130 entreprises adhérentes. La mission de l'IMS est d'aider les entreprises à intégrer dans leur politique de Responsabilité Sociale (RSE) des démarches sociétales innovantes, menées en partenariat avec les autres acteurs de la société.

Elisabeth FUCHS présente les enjeux de la participation des entreprises au monde hospitalier *via* les actions de mécénat. Le mécénat est l'un des outils d'action des entreprises engagées dans des démarches de responsabilité sociétale, c'est-à-dire d'engagement auprès de la société civile. Les démarches de responsabilité sociétale correspondent à la mise en œuvre de la politique de développement durable des entreprises.

Le développement durable comprend quatre aspects : économique (ex – transparence...), environnemental, social (ex – respect des salariés...) et sociétal. Aujourd'hui, « *ce n'est plus une logique philanthropique qui anime les entreprises mais bien une véritable stratégie, dans une optique de responsabilité sociale et sociétale* ». Le champ du sociétal sur lequel travaille l'IMS couvre à la fois les actions de mécénat des entreprises, mais aussi leurs actions en faveur de la diversité, et en faveur de l'insertion des personnes en difficulté.

Elisabeth FUCHS rappelle la différence entre mécénat et parrainage. Le mécénat consiste en un soutien matériel apporté **sans contrepartie directe** de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général, alors que le parrainage consiste en un soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un **bénéfice direct**.

Le mécénat peut prendre plusieurs formes : des apports financiers, des apports en nature (ex – ordinateurs, camion...) ou encore des apports en ressources humaines. Dans ce cas, l'entreprise met les compétences professionnelles de ses salariés au service de l'hôpital. Lorsque ces actions sont réalisées sur le temps de travail, on parle de **mécénat de compétences** ; lorsqu'elles sont réalisées hors temps de travail, il s'agit de **bénévolat de compétences**. Un exemple de mécénat de compétences : en 2006, SFR a par exemple créé un statut du collaborateur citoyen en allouant six à onze jours chaque année à 50 salariés pour leur permettre de participer à des actions citoyennes auprès d'associations.

Le cadre juridique de ces actions est celui de la loi sur le mécénat du 1^{er} août 2003. Le principe est que les dépenses de mécénat effectuées par les entreprises ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60% des versements à hauteur de 5 pour mille du chiffre d'affaires HT de l'entreprise. De plus, la loi NRE (Nouvelles régulations économiques) du 15 mai 2001 fait obligation aux entreprises cotées en Bourse de compléter leur rapport annuel par un volet sur la responsabilité sociale et environnementale. « *Les incitations sont fortes pour les entreprises. Les hôpitaux ont donc un intérêt certain à solliciter les entreprises et à déposer des projets.* »

Le mécénat recouvre globalement 3 grands thèmes :

- la **culture**, qui constitue le thème le plus important en terme de budget (exemples de grands projets de mécénat menées par des entreprises privées : la restauration de la Galerie des Glaces du château de Versailles par un mécénat financier et mécénat de compétences assurée par le groupe VINCI, la refonte du site Internet du musée du Louvre grâce au mécénat financier de LCL-Le Crédit Lyonnais, au mécénat de compétences d'Accenture et au partenariat technologique de Blue Martini),
- l'**environnement**, qui se développe,
- et enfin la **solidarité**, qui représente le thème le plus important en termes de nombre de projets, et qui représente le thème en plus forte croissance.

1^{ère} table ronde

Pourquoi et sur quelles thématiques les entreprises s'engagent-elles dans des actions de mécénat ?

Intervenants :

- **Gabriel DE MONTFORT**, Secrétaire général, Fondation Groupama pour la Santé
- **Alain REAL**, Président, Fondation Ronald McDonald
- **Valérie LEON**, Responsable Coordination et Développement des Maisons, Fondation Ronald McDonald
- **Agnès VIARD-RENARD**, Manager Département Communication, Institut Lilly
- **Jennifer CAMPBELL**, Directeur Mécénat, L'Oréal
- **Delphine SEVELINGE**, Directrice du programme « *La Vie, de plus belle* », Fédération des Industries de la Parfumerie
- **Fabienne SALEMBIEN**, Responsable Délégation des Relations patients, partenariats et affaires générales, Hôpital Saint-Louis

Alain REAL, président de la **Fondation Ronald McDonald**, rappelle que la Fondation, créée en 1994 par les restaurants McDonald's sous l'égide de la Fondation de France, a pour objet d'agir pour le bien-être des enfants et de leurs familles. Elle est animée par un collège d'experts et par des franchisés McDonald's. Ses missions sont de soutenir des associations d'aide à l'enfance et de réaliser et faire vivre des maisons de parents au pied des hôpitaux. Six maisons fonctionnent actuellement. La première maison de parents a été créée à Villejuif en 1991. Deux projets sont en cours à Limoges et à Nantes (ouverture fin 2006 – début 2007). L'objectif est d'ouvrir dix maisons d'ici 2010.

Valérie LEON, responsable coordination et développement des maisons, indique que pour faire fonctionner une telle structure, une directrice permanente, qui loge sur place, emploie trois ou quatre personnes (en équivalent effectif temps plein) et encadre entre dix et vingt bénévoles, pas obligatoirement issus du réseau McDonald's. Chaque maison compte entre dix et vingt chambres (21 chambres à Toulouse).

C'est l'hôpital qui fait appel à la maison des parents et qui demande une chambre pour accueillir la famille. Le règlement intérieur est présenté aux familles. Dans tous les cas, les personnels de la maison ne demandent pas de quelle maladie est affecté l'enfant : le secret médical est toujours préservé.

Ce partenariat hôpital – maison des parents engage l'hôpital dans la mesure où il met à disposition un terrain. Un bail emphytéotique est signé entre l'hôpital et la Fondation Ronald Mc Donald.

Gabriel DE MONTFORT secrétaire général de la **Fondation Groupama pour la Santé** présente la fondation, qui a commencé à s'engager dans le mécénat avec la Fondation de France et des médecins. La fondation souhaitait s'engager sur un thème innovant, qui a été celui des maladies rares. Les trois axes retenus par le Conseil d'Administration de la Fondation sont :

- **l'information** : publication d'un annuaire des maladies orphelines diffusé aux médecins, création d'un site Internet, colloques...
- **l'accompagnement des malades** : projets portés par les caisses régionales. Soixante projets ont été retenus, pour éviter le saupoudrage des financements
- **la promotion de la recherche** : aide financière aux chercheurs en fin de thèse, lancement d'un prix qui récompense un chercheur et l'accompagne pendant trois ans.

Les choix des projets se fondent sur plusieurs critères : intérêts des caisses régionales, degré d'innovation, partenariats pérennes...

La Fondation Groupama travaille régulièrement à l'adaptation de ses actions aux besoins des malades, en concertation avec les associations et les représentants des pouvoirs publics. La politique de développement de la Fondation Groupama n'est donc pas figée et sera sûrement appelée à encore évoluer.

Agnès VIARD-RENARD, Manager Département Communication de Lilly France, poursuit la réflexion sur le choix des thématiques de mécénat par les entreprises en présentant l'**Institut Lilly**, association loi 1901 créée par Lilly France. L'Institut Lilly s'engage pour la santé aux travers d'actions de soutien et d'information pour les chercheurs, les professionnels de santé, les associations de patients et les patients. L'objectif de l'Institut est de soutenir la recherche et de développer des programmes d'éducation et de formation dans des domaines variés : neurologie et psychiatrie, oncologie, diabétologie, ostéoporose et urologie. Les modalités d'intervention de l'Institut sont double:

- **attribution de bourses et organisation de colloques** sur l'axe soutien à la recherche,
- **développement de programmes d'éducation et de formation** pour les patients, le grand public et les professionnels de santé, pour soutenir et informer le public le plus large.

A titre d'exemple, Agnès VIARD-RENARD indique que l'Institut Lilly s'est engagé en 2005 dans la création d'un centre d'annonce du diagnostic du cancer du sein à l'hôpital Tenon. Le projet, rédigé par l'hôpital, était d'élaborer un plan de surveillance spécialisé. Ce centre se situe à côté de l'hôpital, donc à côté des malades. Le mécénat de l'Institut Lilly dans le cadre de ce projet a pris deux formes : mécénat financier et mécénat de compétences. Par le biais d'un mécénat financier, le comité d'éthique de l'Institut Lilly a décidé de financer la création du centre à hauteur de 40.000 euros. Parallèlement au mécénat financier, l'Institut Lilly est intervenu auprès de l'hôpital Tenon en mettant à disposition de l'hôpital les compétences du service de relations presse de l'entreprise Lilly (aide à la conception de plaquettes de communication sur le nouveau centre). L'inauguration du centre et la conférence de presse ont eu lieu le 5 mai dernier.

Jennifer CAMPBELL, Directrice Partenariats et Mécénat du Groupe **L'Oréal** mentionne les deux axes de mécénat développés au sein de l'entreprise L'Oréal :

- le premier axe concerne la promotion des femmes dans le domaine des sciences avec le programme « For Women in Science » qui se construit aujourd'hui autour de trois actions :
 - o Consacrer l'excellence par les Prix L'Oréal-Unesco : récompenses prestigieuses décernées à cinq chercheuses émérites –une par continent.
 - o Encourager le talent par les Bourses Unesco-L'Oréal, allouées à 15 jeunes scientifiques prometteuses doctorantes ou post-doctorantes.
 - o Développer la diversité par les Bourses Nationales L'Oréal avec le soutien des Commissions Nationales pour l'Unesco qui ancrent l'action dans les pays.
- le second axe concerne la beauté et le mieux-être : l'objectif est d'aider les personnes à garder une image et une estime de soi positives à travers l'usage des cosmétiques. L'Oréal apporte un soutien matériel et financier via le programme Look Good...Feel Better, nommé "La Vie, de plus belle...". En France, le programme Look Good...Feel Better agit dans 10 hôpitaux. D'autre part, L'Oréal participe à des actions sur la beauté et le mieux-être dans les structures suivantes : Maison des Adolescents, Coiffeurs de l'Espoir pour les femmes en recherche d'emploi, Institut Gustave Roussy

Delphine SEVELINGE, Directrice du programme « **La vie, de plus belle...** » rappelle que le programme « La Vie, de plus belle » est la déclinaison française du programme « Look Good...Feel Better ». Le programme « La Vie, de plus belle » permet de mettre en place des ateliers de maquillage gratuits dans les hôpitaux. « La Vie, de plus belle » est une association loi 1901 créée en 2001, reconnue d'intérêt général depuis janvier 2006. Dix-huit marques de l'industrie cosmétique participent à ce programme, dont L'Oréal. L'association est actuellement présente dans six hôpitaux à Paris et à Lille et souhaite se développer : elle recherche donc de nouveaux hôpitaux au sein desquels mettre en place le programme. L'engagement de l'hôpital se manifeste par la signature d'une convention entre la direction et l'association, qui prévoit notamment la mise à disposition d'une salle de l'hôpital une à deux fois par mois. Le personnel soignant présente les ateliers aux patients susceptibles d'être intéressés et prend les inscriptions.

En guise de conclusion sur les raisons portant les entreprises et les hôpitaux à travailler en commun sur des projets de mécénat, **Fabienne SALEMBIEN**, Responsable Délégation des Relations patients, partenariats et affaires générales de l'**Hôpital St Louis**, rappelle que l'hôpital et les associations ont des activités complémentaires. C'est pourquoi également, « *les associations ont toute leur place au sein de l'hôpital* », où leur savoir-faire est reconnu. Cette collaboration entre dans le cadre de la politique d'ouverture de l'hôpital sur la ville. Elle se matérialise par la désignation d'un référent à la direction, interlocuteur privilégié et par la reconnaissance officielle de l'association par la signature d'une convention, une évaluation annuelle par les soignants, le port de badges par les intervenants.

L'intégration des associations est assurée par leur participation aux formations (ex : secret professionnel, responsabilité...) et à des journées d'information. Cela permet également de rendre compte de la diversité des associations intervenant au sein de l'hôpital.

Discussion

Le **Pr Gérard LENOIR** retient certains mots et expressions qui sont revenus plusieurs fois durant les présentations comme : « *compétences* », « *professionnels* », « *écoute des soignants par les entreprises* », « *machinerie administrative plus lente* », « *relation entre la société civile et les hôpitaux / patients* ».

La chargée de communication du centre hospitalier d'Alès se pose la question de l'accès des « petits » hôpitaux à ce type d'actions. **Elisabeth FUCHS** répond que tous les hôpitaux, quelle que soit leur taille, sont éligibles à des actions de mécénat ; dans ce but, et afin de coordonner l'ensemble des projets de mécénat, un réseau de correspondants mécénat a été mis en place au sein de la FHF. Par ailleurs, Elisabeth FUCHS préconise aux petits hôpitaux de penser également à contacter les PME localisées en proximité de l'hôpital, ces PME étant susceptibles de mettre en place des projets de mécénat avec des hôpitaux environnants dans une logique d'ancrage territorial.

Agnès VIARD-RENARD précise que Lilly reçoit 150 à 200 demandes par mois et que le comité d'éthique retient les projets solides et pérennes. La taille du centre hospitalier n'est pas un critère de choix.

Par ailleurs, une directrice d'hôpital de La Réunion se pose la question du mécénat à plus de 10 000 km. **Nicolas PEJU** répond qu'il existe un responsable mécénat au sein de la FHF qui peut apporter son soutien.

Un directeur d'un centre hospitalier de Bretagne soulève la question des populations privilégiées par les actions de mécénat (enfants, femmes enceintes...) et de celles délaissées comme la santé mentale. Agnès VIARD-RENARD répond que Lilly mène des actions en direction des personnes bipolaires ou schizophrènes notamment. L'Institut Lilly a participé, par exemple, à créer un atelier nutrition destiné à éviter la prise de poids liée à l'usage de psychotropes.

2^{ème} table ronde

Les leviers et les freins à la réussite d'un projet de mécénat hospitalier : exemples d'actions animation / culture à l'hôpital

Intervenants :

- **Laurence MERTZ GOUSSU**, Responsable documentation et communication institutionnelle, Glaxosmithkline
- **Rachel EVEN**, Déléguée générale, Art dans la cité
- **Yannick GOURIOU**, Directeur, Centre de pédiatrie et de rééducation de Bullion
- **Sandra WALLIS**, Manager mécénat, Disneyland Resort Paris
- **Monique GAL**, Service Mécénat, Disneyland Resort Paris
- **Barbara LESCURE**, Chargée de la communication, Hôpital Trousseau, Paris

Dans le cadre de cette 2^{nde} table ronde, 2 projets sont présentés :

- **un projet de culture à l'hôpital, dont les leviers et freins à la réussite seront abordés par les trois types d'acteurs impliqués dans le projet : l'entreprise**, représentée par Laurence MERTZ-GOUSSU (GLAXOSMITHKLINE), **l'association**, représentée par Rachel EVEN (ART DANS LA CITE) et **l'hôpital**, représenté par Yannick GOURIOU (CPR BULLION),
- **un projet d'animation à l'hôpital, construit en direct entre une entreprise et un hôpital (sans interlocuteur associatif)**, ce projet étant présenté par Sandra Wallis (Disneyland Resort Paris, point de vue entreprise), Monique GAL (Disneyland Resort Paris, point de vue entreprise) et Barbara Lescure (Hôpital Trousseau, point de vue hôpital).

Illustration des freins et leviers à la réussite d'un projet de mécénat hospitalier par l'exemple d'un projet de culture à l'hôpital : Intervention de Glaxosmithkline, Art dans la Cité et le CPR Bullion

Laurence MERTZ-GOUSSU rappelle que **Glaxosmithkline** est un laboratoire engagé à l'hôpital. La politique de mécénat de GSK est essentiellement dédiée à des actions de terrain, en faveur des enfants malades (actions de mécénat de l'entreprise GSK) et des personnes atteintes par le VIH (actions de la Fondation d'entreprise GSK). A l'hôpital, dans le cadre du mécénat lié aux enfants malades, GSK France intervient par le biais de deux types d'actions : le programme « Culture à l'hôpital » initié par le Ministère de la Culture et les actions coordonnées par l'association « Docteur Souris ».

- Créé en 1997, le programme " culture à l'hôpital " a pour objectif d'inciter les acteurs culturels et les responsables d'établissements de santé à construire ensemble, une politique culturelle inscrite dans le projet d'établissement de chaque hôpital. Exemples de jumelages soutenus par GSK: Hôpitaux Regnier de Rennes et Fougères, Saint Joseph de la Grave à Toulouse, Beauvais, Compiègne, Centre de Rééducation Pédiatrique de Bullion

Les objectifs du programme « Culture à l'Hôpital » :

- Démocratiser l'accès à la culture pour tous,
 - Permettre au patient d'être acteur et/ou de se réconcilier avec son corps malade,
 - Redonner confiance, renouer le dialogue, rompre l'isolement,
 - Changer la relation soignants/soignés/familles,
 - Intégrer le personnel soignant dans les activités,
 - Offrir au travers des rencontres artistiques des passerelles entre services (cf Gériatrie/Pédiatrie),
 - Ouvrir l'hôpital sur la cité.
- L'association « Docteur Souris » a quant à elle pour objectif de permettre aux jeunes patients, grâce à des ordinateurs portables, de rester en contact avec leurs proches, de communiquer entre eux et de s'évader du quotidien médical. Il s'agit également de former du personnel hospitalier aux outils informatiques afin d'en assurer une utilisation pédagogique et ludique.

Un don de 1 200 ordinateurs portables a été réalisé par GSK en 2005, lors du renouvellement du parc informatique des délégués médicaux.

Enfin, le mécénat selon GSK, c'est aussi le soutien à l'association Vaincre la Mucoviscidose, à l'Envol pour les enfants européens et au Téléthon.

Selon Laurence MERTZ-GOUSSU, les écueils et les facteurs clés de succès identifiés dans le cadre de projets de mécénat entreprises-hôpitaux sont les suivants :

- **Une potentielle difficulté de compréhension mutuelle** : le programme « Culture à l'hôpital » est par exemple le symbole exemplaire du croisement mécénat privé et investissement public (Ministères, DRAC, ARH), mais c'est aussi la rencontre de mondes qui se connaissent peu et peuvent se faire peur ou mal se comprendre.
- Les projets peuvent réellement **améliorer la qualité de vie des patients et les conditions de travail des soignants**, mais bien évidemment ils ne se substituent en aucun cas à la qualité des soins et **ils doivent respecter le fonctionnement des services**.
- **Les entreprises ne doivent pas interférer sur le professionnalisme des associations culturelles et des soignants**, mais elles ont un **besoin légitime d'information** sur le fonctionnement des projets, pour mieux comprendre les besoins de l'hôpital.
- Certains bouleversements sont nécessaires, mais ils doivent toujours se faire **dans le respect des compétences, des spécificités, des besoins, et des contraintes de chacun des acteurs**.

Rachel EVEN, déléguée générale de **Art dans la Cité** présente les ateliers d'artistes en résidence à l'hôpital. L'objectif de l'association est d'introduire l'art contemporain à l'hôpital et ainsi, d'améliorer les conditions d'accueil et de séjour des patients. Les ateliers leur offrent la possibilité de s'initier aux techniques de l'artiste et de participer à la réalisation d'une œuvre d'art. Ils sont aussi une façon de confronter l'artiste à l'univers médical et au quotidien des patients hospitalisés, ce qui l'imprègne et l'inspire inévitablement

Pour mener à bien ces projets, l'association Art dans la Cité est aidée financièrement par des institutions publiques comme l' Union Européenne - programme Culture 2000, la Région Ile de France, les DRAC, les Conseil Généraux et des mécènes privés.

Pour qu'un projet artistique réussisse au sein d'un hôpital (comme cela a par exemple été le cas pour le projet mené au sein de l'hôpital Pédiatrique de Bullion), il faut travailler avec la direction de l'hôpital à la recherche de mécénat et sensibiliser au maximum le personnel hospitalier aux objectifs du projet. Concrètement, après avoir bien cerné les attentes et contraintes de l'hôpital, l'association rédige un appel à projet et sélectionne plusieurs artistes qui répondent au mieux au cahier des charges. Le lauréat est désigné par un comité réunissant l'ensemble des partenaires et le projet grandit ensuite de concert entre l'association et l'hôpital.

Yannick GOURIOU, Directeur du **Centre de pédiatrie et de rééducation de Bullion** a été très intéressé par le projet présenté par Art dans la Cité et conçu en partenariat avec Glaxosmithkline dans la mesure où ce projet prend en charge des patients pour des hospitalisations longues avec soins et/ou rééducations contraignantes. Le projet présenté par Art dans la Cité répond à une nécessité de donner de l'oxygène aux patients en prenant soin de leur développement psychoaffectif.

Pour Yannick Gouriou, les **facteurs clés de succès** d'un projet de mécénat mené au sein d'un hôpital sont les suivants :

- La rédaction d'un projet précis,
- La volonté et l'appui permanent de tous les partenaires,
- Le lien du centre hospitalier avec l'association « Art dans la cité »,
- Le travail de présentation et l'accompagnement de l'association,
- Les visites du partenaire financier,
- Le charisme, l'implication et la pédagogie de l'artiste,
- Les facilités et moyens mis à la disposition de l'artiste,
- L'intégration suffisamment tôt en amont des corps de métiers internes à l'hôpital.

Enfin, Yannick Gouriou rappelle l'importance de la **communication** en tant que facteur de réussite du projet de mécénat hospitalier. **La communication a lieu tout d'abord auprès des personnels** (projet culturel, comité de pilotage, note d'information, explication du projet aux différentes instances, site Internet de l'hôpital). Ensuite, **elle s'adresse aux patients** (rôle du service éducatif et scolaire,

directeur éducatif et pédagogique, l'artiste est venu expliquer son projet, un groupe d'enfants malades et d'éducateurs s'est déplacé dans l'atelier de l'artiste). Enfin, **il faut également communiquer en aval du projet et en externe** (présentation de l'œuvre montée, invitation des anciens patients, de Mme Tabarly, de la presse locale, du journal « Le Monde 2 »).

Les éléments pouvant conduire un projet de mécénat hospitalier à l'échec seraient quant à eux les suivants :

- Le manque d'anticipation,
- La non compréhension du projet par les personnels et les patients,
- L'écart entre le projet et la réalité,
- Le manque de pédagogie de l'artiste,
- L'absence de mise à disposition de la logistique d'accompagnement du projet par l'établissement,
- Le dépassement financier du coût du projet de base et le manque de soutien des partenaires financiers,
- Le risque sécuritaire pour les personnels et les matériels,
- Le délai pour réaliser le projet.

Illustration des freins et leviers à la réussite d'un projet de mécénat hospitalier par l'exemple d'un projet d'animation à l'hôpital: Intervention de Disneyland Resort Paris et de l'Hôpital Trousseau

Disneyland Resort Paris a développé des actions en faveur de l'enfance et de la famille. **Sandra WALLIS**, Manager mécénat, insiste sur « l'importance d'être un bon voisin » : c'est la raison pour laquelle 25% des activités de mécénat sont consacrées au département Seine-et-Marne.

L'engagement est essentiellement opérationnel. Il se traduit par de nombreuses actions solidaires réalisées avec le concours d'associations caritatives. 800 employés bénévoles perpétuent les actions en donnant de leur temps libre, de leur enthousiasme et leurs talents. Le groupe a développé différentes activités.

Monique GAL, du service mécénat de Disneyland Resort Paris, présente l'action de Disney en milieu hospitalier. Cette action consiste à organiser des après-midi festifs dans les hôpitaux en programmant la visite des personnages Disney et l'animation d'ateliers ludiques. Le programme « Vœux d'enfants » vise à donner vie aux rêves d'enfants gravement malades en les accueillant avec leurs familles dans le cadre d'un séjour magique à Disneyland Resort Paris. Ce travail se fait en collaboration avec soixante associations dont l'association 'Petits princes'.

Barbara LESCURE, chargée de la communication au sein de **l'hôpital Trousseau**, précise que l'intérêt pour les enfants est de les occuper et de les faire oublier les conditions d'hospitalisation.

Le programme fonctionne car **tous les personnels sont impliqués dans le projet**.

2 conditions impératives à la réussite d'un projet de mécénat hospitalier :

- il faut que **l'hôpital soit demandeur** d'une telle action et **qu'il suive le mécène**.
- les attentes de l'hôpital et de l'entreprise mécène doivent se rejoindre.

Discussion

Une élève directrice d'hôpital s'est interrogée sur la **répartition des rôles** entres associations, mécène, personnels soignants et direction.

Nicolas PEJU répond que les fonctionnements sont très différents d'un établissement à l'autre : gestion des projets par le directeur général, par le chargé de communication... L'objectif de la FHF est de formaliser la fonction de coopération. Il faut que ces projets apparaissent dans la stratégie de l'hôpital. Il est nécessaire de développer la culture du mécénat.

Elisabeth FUCHS relance le débat en demandant si l'hôpital s'implique assez du point de vue d'un mécène. **Laurence MERTZ-GOUSSU** répond qu'il n'y a pas de règles, sans doute par manque de professionnalisation de cette fonction à l'hôpital. Les projets sont surtout portés par des individus. Il faut faire cependant attention à ne pas rester seul dans sa logique de compétences propres, précise un directeur d'hôpital.

Sandra WALLIS ajoute que tout se passe généralement bien avec les hôpitaux et rappelle l'importance de la communication amont pour préparer le personnel hospitalier aux projets de mécénat et favoriser leur implication.