

# market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

**M&G**  
INVESTMENTS

PATRIMOINE(S)  
IMMOBILIER :  
TENDANCES 2018

AUTOMOBILE  
UN AVENIR  
ÉLECTRISANT

FISCALITÉ(S)  
LES ATOUS DU  
PORTUGAL

INDEX  
MÉCÉNAT :  
8 ACTEURS  
D'INFLUENCE

INVITÉE  
ANNE SOUTHAM  
AULAS

INVESTIR  
LE SECTEUR  
BIOTECH

DOSSIER

## INVESTIR DANS L'ART CONTEMPORAIN



15 CHF



## MÉCÉNAT :

# 8 ACTEURS D'INFLUENCE

Propos recueillis par AMANDINE SASSO



Elena Budnikova

« Mécène » vient de Maecenas ou Mécène, nom d'un ministre d'Auguste, protecteur des arts et des lettres, qui est devenu par la suite un nom commun.

Dans ce 27<sup>e</sup> *market index influence*, nous avons rencontré différents acteurs actifs dans le mécénat. Par-delà les divergences de points de vue, chacun a trouvé nécessaire de pouvoir bien

s'entendre sur le sens véritable de la vocation de « mécène ». En effet, par « mécénat », il faut d'abord entendre « soutien matériel », apporté par une entreprise ou un particulier à une action ou une activité d'intérêt général, sans garantie de réciprocité. Tous s'accordent à dire qu'ils aspirent à un but commun : permettre à des projets fédérateurs de voir le jour.

## Hedy Graber

### *Responsable de la direction des affaires culturelles et sociales et de la Fédération des coopératives Migros*

Hedy Graber est diplômée de l'Université de Genève en histoire de l'art, germanistique et photographie (École d'arts visuels). Elle a été directrice et commissaire d'exposition à la Kunsthalle Palazzo à Liestal, puis directrice du département d'art moderne de la Galerie Fischer Auktionen à Lucerne et chargée de projets culturels dans le canton de Bâle-Ville. Depuis 2004, elle est responsable de la direction des affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros à Zürich.



À ce titre, elle gère l'orientation nationale des projets culturels et sociaux du Pour-cent culturel Migros, la mise en place et le développement du fonds de soutien Engagement Migros créé en 2012. Hedy Graber est également présidente du Forum culture et économie, membre du Conseil de l'Université de Lucerne, de plusieurs commissions, jurys, conseils de fondation, conseils d'administration et lauréate de la distinction «Manager culturel européen de l'année 2015».

«La promotion de projets culturels et sociaux a pour but de générer une plus-value pour la société. Dans mon équipe de la direction des affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros, nous avons défini des critères clairs sur ce que nous faisons ou ne faisons pas en matière de soutien financier. Notre tâche consiste également à donner des impulsions dans des thématiques importantes pour la société. Ceci peut être considéré comme une influence. Nous observons l'évolution de la société, les directions qu'elle prend, les tendances qu'elle suit et le rôle que joue un promoteur culturel dans ce contexte.

Notre promotion nous offre l'occasion de poser des jalons. Souvent, nous soutenons par exemple des artistes qui ne sont pas encore confirmés ou connus. Dans ce domaine, il est important de nouer des collaborations qui sont utiles aux artistes et qui exercent un effet de levier sur leur carrière ou leurs projets. Le Pour-cent culturel Migros s'engage pour la diversité culturelle et la durabilité sociale. Ces valeurs remontent à Gottlieb Duttweiler qui les avait ancrées dans les statuts lors de la création du Pour-cent culturel Migros en 1957. Depuis lors, la promotion de la culture est un objectif d'entreprise équivalent aux autres buts de Migros. Avec un budget annuel de près de 120 millions de francs, le Pour-cent culturel fait partie des plus grands promoteurs culturels en Suisse. Il est

important pour moi de travailler dans une entreprise défendant des valeurs avec lesquelles je peux m'identifier dans une large mesure. Très clairement, je pense que la philanthropie – qu'elle soit pratiquée dans un contexte entrepreneurial ou privé – est un important ciment de la société. Spécialement dans une période présentant de nombreux défis tels que la globalisation, l'individualisme croissant ou la numérisation, l'engagement au niveau local, dans le soutien au travail bénévole par

exemple, est important. Grâce au Pour-cent culturel Migros, nous soutenons de nombreux projets qui permettent à une large population d'accéder à des prestations culturelles et sociales. Le mécénat n'est pas un but en soi, ses objectifs sont désintéressés. C'est pour cette raison que l'engagement joue un rôle important à notre époque.

S'engager pour un but commun, cela signifie faire le premier pas pour entamer un dialogue, négocier et lancer ensemble un projet commun. Les expériences partagées – les succès et les échecs – motivent les participants à s'engager également dans d'autres projets et à inciter d'autres personnes à les suivre. Nous observons avec grand plaisir la manière dont, par exemple, le projet Tavolata – qui encourage les séniors à cuisiner ensemble et à partager le repas – lancé en 2012 s'est répandu à travers toute la Suisse.

La recette est simple : si l'on apprend dans sa jeunesse, dans son environnement familial ou scolaire que cela fait plaisir de s'engager pour la société, on souhaitera automatiquement à l'âge adulte, participer à l'organisation de la société, soit en finançant des projets soit en y participant bénévolement. Ces expériences font grandir, permettent d'élargir son horizon et font du bien.

Nous investissons les moyens dont nous disposons selon des critères clairs, pouvant être consultés sur notre site internet. La direction des affaires culturelles et sociales de la Fédération des coopératives Migros à Zürich, que je dirige, est constituée de spécialistes du domaine. Personne ne décide seul quels projets ou quels artistes nous soutenons. Nous sommes très fiers de tout ce que Migros a fait pour la société depuis 60 ans grâce au Pour-cent culturel. En même temps, nous gardons les pieds sur terre et restons modestes.» \