Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Aviron : pour le président du comité vauclusien, il faut « faire connaître, communiquer et démontrer »



A l'aube des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Gilles Bonnassieux, président du comité départemental d'aviron en Vaucluse, souhaite mettre en avant ce sport qui n'est, selon lui, pas médiatisé en dehors des JO.

« L'aviron est un sport qui a une forte notoriété, mais qui est très peu visible. On en parle une fois tous les quatre ans pendant les Jeux Olympiques », explique Gilles Bonnassieux, président du comité départemental d'aviron en Vaucluse (CD84). Ce comité, qui s'articule autour des clubs d'Avignon et de Caderousse, a pour vocation la promotion de ce sport nautique et de le faire découvrir à de nouveaux pratiquants : adultes, jeunes, étudiants, parcours santé…

Le comité souhaite mieux prendre en compte le contexte territorial, économique et social dans lequel il s'inscrit : un besoin de solidarité et de bien-être individuel accentué par la crise sanitaire et une préoccupation environnementale de plus en plus prégnante. « Post-pandémie, il y a une attente des gens de retourner dehors et de pratiquer une activité physique. Si on prend tous les avantages de l'aviron, cela coche toutes les cases. » déclare le président du comité aux 254 adhérents (2021-2022).

Au vu de ces éléments, le comité départemental souhaite mettre en place une stratégie pour promouvoir

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

la pratique de l'aviron au sein du département de Vaucluse : faire connaître, communiquer et démontrer, tel est le plan de Gilles Bonnassieux. La première étape de cette stratégie de promotion est de s'adresser en priorité à un public adulte, touché par la pandémie et qui souhaite reprendre l'activité physique. Pour le président du comité, viser ce public « est le choix de la facilité. Il faut juste leur donner le dernier un coup de pouce pour qu'ils franchissent le pas ».

Un sport complet et ouvert à tous

« L'Aviron est un sport complet », explique Gilles Bonnassieux. « Ce n'est pas traumatisant pour les articulations, c'est bon pour le cœur et c'est surtout un sport convivial » poursuit-il. Tout le monde peut s'y mettre et pour les personnes en perte d'autonomie, sédentaires ou éloignées d'une pratique physique, atteintes de maladies métaboliques, cardiovasculaires ou de cancers et/ou en rémission, un programme spécial a été pensé : Aviron Santé.

En plein air, été comme hiver, sur rivière, lac ou en mer, en solo, à deux, quatre ou huit, mixte ou non, l'aviron est un sport exigeant, mais complet, tant pour une pratique de loisir que pour de la compétition, même si pour Gilles Bonnassieux, l'entrée dans ce sport, principalement des jeunes, doit passer par le plaisir : « la médaille Olympique est le Graal, mais ce n'est pas comme ça qu'on rentre dans ce sport, ce n'est pas comme ça que vous allez attirer les jeunes ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Prototype de bateau solo développé par l'entreprise ATG Technologies © Aviron en Vaucluse

Pour permettre la découverte de ce sport, au coût matériel important, un prototype de bateau une place a été développé par l'entreprise ATG Technologies (Agroparc) et mit en pratique durant plusieurs évènements comme lors de la journée autour du handicap organisée à la plaine des sports d'Avignon. Cela permet aux curieux d'établir un premier contact avec ce sport, même si Gilles Bonnassieux confie que ces premiers contacts se transforment rarement en inscription.

« Aujourd'hui, on ne vit que sur les subventions »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

« L'objectif numéro deux, après avoir communiqué auprès des adultes, est de trouver les bons moyens au niveau du département pour aller chercher les jeunes pour qu'ils se mettent au sport et, dans mon cas, à l'aviron » confie le président du comité. « Aujourd'hui, on ne vit que sur les subventions. On a un budget qui est de l'ordre de 12 000 € et qui mon outil pour la promotion, pour la démonstration de l'aviron. » Mais cela ne suffit pas, confie Gilles Bonnassieux qui souhaite trouver des entreprises vauclusiennes partageant sa même conviction de remettre les adultes et jeunes au sport.

Pour l'heure, le président du comité compte poursuivre son partenariat avec ATG Technologies (Agroparc) et BigBird Communication (Morières), entreprise de communication à l'origine de la vidéo ci-dessus, tout en poursuivant sa recherche de mécènes.

Abbaye Saint-André : bilan de la campagne de mécénat



Samedi 3 décembre, l'ensemble des 560m2 de toitures et l'imposante charpente du palais abbatial de l'abbaye Saint-André ont été inaugurés en présence d'une grande partie des donateurs. Le chantier aérien aura duré plus de huit mois et s'est achevé l'été dernier.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Les salons à voûtes plates et le hall d'entrée de l'abbaye sont désormais hors de danger et le palais abbatial, qui date de la fin du XVIIe, a retrouvé une étanchéité sans faille. Le projet de restauration, d'un montant de près de 500 000 €, a pu être mené grâce à un fort engagement des institutionnels : de la Drac Occitanie et de la région Occitanie ainsi que de la mairie de Villeneuve-lez-Avignon, mais aussi d'une large communauté d'une centaine de mécènes en grande partie de la région, à commencer par l'entreprise mécène Emile Garcin Propriétés en tant que « Grand Bâtisseur ». Une campagne de mécénat conduite en partenariat avec la Fondation du Patrimoine, auprès des amis de l'abbaye et des entreprises du territoire qui ont répondu présent. Selon un vaste programme de restaurations, l'abbaye souhaite poursuivre les chantiers afin de continuer d'accueillir ses visiteurs amateurs d'art, de jardin et de patrimoine.

Un budget de 499 000 euros
61% partenaires institutionnels (304,2 K€)

- 49% Drac Occitanie 248 K€
- 10% Région Occitanie 48 K€
- 2% Mairie de Villeneuve-lez-Avignon 8,2 K€

14% mécénat (71 K€)

- 6,5% campagne de mécénat particuliers/TPE Fondation du Patrimoine 34 K€
- 4,5% Emile Garcin Propriétés 22 K€
- 3% Fondation du Patrimoine 15 K€ (don direct de l'organisme)

25% abbaye Saint André (123,8 K€)

111 donateurs particuliers et TPE

- 1 « Grand Bienfaiteur »
- 12 « Bienfaiteurs »
- 6 « Grands mécènes »
- 22 « Mécènes »
- 39 « Compagnons »
- 21 « Membres »
- 10 Dons inférieurs à 50 €

- *Montant collecté : 34 235 €*
- *Don moyen : 308 €*
- *Une majorité de donateurs gardois*

Mécénat Emile Garcin Propriétés, un partenariat privilégié depuis 2018
Première entreprise mécène mobilisée, Emile Garcin Propriétés conclut cette campagne, en tant que « Grand-Bâtisseur ». L'entreprise familiale renouvelle sa participation à une campagne dédiée à l'abbaye

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Saint-André et affirme son engagement en signant un partenariat de 22 000 euros. « Un partenariat dans la durée qui fait de cette entreprise un précieux ambassadeur pour l'abbaye Saint-André et tisse des liens de confiance avec une famille très engagée dans le patrimoine régional » explique Marie Viennet, gestionnaire de l'abbaye.

Abbaye Saint-André – rue Montée du Fort – Villeneuve-lez-Avignon.

J.R.

Festival off : à la recherche de mécènes locaux pour revaloriser les artistes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Depuis 1966, le Festival off rime avec amour, drame, émotion, vivant, mais également précarité des compagnies et des artistes, véritable frein à la production artistique. Salaire trop faible, irrégulier ou retard de paiement, l'association AFC qui porte le Festival off, en appelle au soutien des entreprises du territoire. L'objectif ? Aider les artistes qui engagent beaucoup de frais pour faire vivre l'un des festivals les plus spectaculaires au monde.

« Nous avons l'impression que ce festival nous a un peu échappé localement. Nous souhaitons que tous ensemble, nous nous emparions de cet événement afin de coconstruire toute l'année dans les coulisses, d'échanger les bonnes pratiques et de se retrouver dans le cadre d'un processus participatif. Secteur public et privé, nous devons arriver à travailler ensemble. Ne soyons plus face à face mais côte à côte », c'est en ces mots que Nikson Pitaqaj, directeur délégué de l'association AFC (Avignon festival et compagnies) captive l'auditoire en préambule d'une conférence de presse organisée au sein de l'emblématique théâtre des Carmes à Avignon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Se réapproprier le Festival en l'ancrant dans le territoire

Ils sont pour le moment une dizaine à constituer le noyau du Club des mécènes de la Fondation AFC. La vocation de la « troupe » ? S'appuyer sur le tissu économique local et régional dans le but de soutenir la culture et ainsi éviter le recours à des donateurs à l'autre bout de la France. Le Festival off, véritable vivier économique, est profitable à tous, public, privé, collectivité, particulier… « Le festival, c'est une histoire de vie, d'amour et de colère. On a tendance à oublier que l'évènement rayonne au-delà des frontières grâce à son ADN de créativité artistique. La diversité culturelle est une richesse énorme, il faut impérativement la préserver », ajoute Nikson Pitaqaj. Pour permettre l'éclosion de la création artistique, il faut des moyens, plus de moyens.

En mutualisant les efforts, la fondation AFC a réussi à constituer un fond intéressant pour les artistes. La commission appliquée à la billetterie est par exemple divisée en deux: 50% à destination de la Fondation, 50% à destination de la structure de production. Un bel équilibre qui a permis de constituer une manne financière en faveur des artistes, mais qui malheureusement ne suffit pas à combler les lacunes. Les dons des entreprises mécènes ne correspondent ni à subvention, ni à une aide pour un projet mais bel et bien à une enveloppe dédiée à la revalorisation salariale des artistes, une aide en faveur de l'emploi.

Le Fond de soutien à la professionnalisation

Impulsé par la fondation crée en 2008, le Fond de soutien à la professionnalisation permet de lutter contre la précarité des artistes du Festival off et accompagner les structures porteuses de projets. Ce sont chaque année plus de 1 000 structures de production présente durant le festival. Ces équipes se retrouvent quelques fois dans des situations précaires marquées par des difficultés à trouver des financements malgré le soutien des collectivités territorialités. Les fonds collectés par la Fondation, sous l'égide de Face, accompagnent les professionnels du spectacle vivants. Depuis 2013, 593 artistes ont été soutenus par le fond de soutien, soit 579 750€ de budget global.

« Pour un solo, j'ai bénéficié de 900€, cela représente 8 à 9% de mon budget global, ce n'est pas négligeable, témoigne Eleonora Romeo, metteur en scène ayant accompagné de multiples compagnies locales et internationales. Cela m'a permis de payer une partie des salaires de mes artistes au plateau. Ce genre de démarche oblige en quelques sortes à respecter les conventions collectives. Beaucoup proposent aux artistes de les payer plus tard, il en est hors de question. » Une aide financière qui sonne comme une bouffée d'oxygène pour le plateau artistique qui comprend les artistes du spectacle mais également le personnel technique attaché directement à la production.

Avantages fiscaux et visibilité du Club des mécènes

Intégrer le club des mécènes AFC, c'est exprimer ses valeurs, valoriser son image, impliquer ses collaborateurs et s'ancrer localement. A ceux qui croient fermement que le mécénat est un acte de charité accompli par les plus riches de ce monde, c'est tout bonnement faux. 96% des dons proviennent des TPE et PME. En pratique, l'entreprise mécène peut tout à fait solliciter la Fondation afin de combiner du mécénat et du parrainage (achat de service publicitaire). En partageant son image à celle du Festival,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

les entreprises locales favorisent le développement de la culture et encouragent les bonnes pratiques en terme d'emploi. Avantage non négligeable, le mécénat donne lieu à une réduction d'impôt sur les sociétés ou d'impôt sur le revenu. Le dispositif permet une réduction d'impôt égale à 60% du montant du don. Ainsi, une réduction d'impôt pour un don de 1 000€ s'élève à 6 000€.

Le mécène peut également profiter d'une visibilité conçue proportionnellement au montant de son don. Page web, programme imprimé à 100 000 exemplaires dans la région, espaces publicitaires, soirée des mécènes, Village du off, accès collaborateurs, cartes d'abonnement public, autant d'avantages qui bénéficieront aux collaborateurs et à l'image de l'entreprise à l'échelle locale.

> **Jacques Leze, directeur Aushopping Avignon nord : « J'encourage à devenir mécène, à avoir cette conscience et cette responsabilité**.

C'est le regretté Jean-François Cesarini qui avait un jour mis en relation le directeur du centre commercial Aushopping Avignon Nord avec l'association AFC. Un projet auquel Jacques Leze a tout de suite adhéré, devenant l'un des premiers donateurs historiques de la Fondation. Un soutien protéiforme mais caractérisé par une volonté unique et ferme : soutenir une institution culturelle primordiale au rayonnement du territoire et à l'épanouissement culturel au sens large. « Nous proposons des rencontres culturelles au sein du centre commercial et nous avons mis en avant les pièces et les acteurs en physique et numérique. L'objectif est de faire tomber les cloisons, de multiplier les passerelles entre les univers », explique Jacques Leze. Ce dernier a également mis à disposition le parking du centre commercial au profit de la clientèle du Festival. La navette déployée en collaboration avec le réseau Orizo du Grand Avignon, a permis de transporter non moins de 1 000 festivaliers du parking au centre ville. Une aubaine lorsque l'on connait les périples de stationnement en centre-ville de la cité des papes.

Pour développer son club des mécènes, la Fondation AFC compte sur la conscience des entreprises, la cooptation, l'entraide et le bouche à oreille. Une dizaine d'entreprises locales font partie de la « troupe ». Objectif : atteindre 50 entreprises dans un an. Pari tenu ?