

Le mécénat d'entreprise en France

*Résultats complets de l'enquête
Admical – CSA*

Mai 2016

En partenariat avec :





Les entreprises font leur révolution solidaire !

Charlotte DEKOKER, déléguée générale adjointe d'Admical

Et si nous assistions sans le savoir à une nouvelle révolution industrielle ? Et si cette révolution silencieuse était l'avenir, non seulement de l'économie, mais aussi de l'intérêt général ? Et si le développement économique et la construction d'une société solidaire, équitable et harmonieuse, ne pouvaient pas advenir l'un sans l'autre ?

« Une croissance exceptionnelle »

Pour la première fois depuis 10 ans, le baromètre du mécénat d'entreprise réalisé par CSA pour le compte d'Admical, montre qu'une transformation exceptionnelle est à l'œuvre. La moitié des entreprises de plus de 250 salariés sont désormais mécènes, et un quart des PME. Les entreprises ont donné 3,5 milliards d'euros en 2015, soit un bond de 25%. Parmi elles, 72% de TPE.

« Le mécénat à l'âge de la maturité »

Pourquoi diable les entreprises investissent-elles dans l'intérêt général en cette période où la crise continue à se faire durement sentir ? La réponse se trouve dans la façon dont est pratiqué le mécénat aujourd'hui. Il ne s'agit pas simplement d'un don financier, mais d'une mise à disposition globale des différentes ressources de l'entreprise : produits, compétences, capacité d'innovation, outils d'évaluation... Pour construire, avec les associations, des solutions à des problématiques d'éducation, de santé, d'exclusion, de culture, d'environnement... Ces initiatives s'exercent prioritairement de manière locale (81%), là où l'entreprise connaît le mieux le terrain et peut faire la différence en impliquant ses collaborateurs dans les actions. Ici, une PME va travailler sur la campagne de communication d'un théâtre régional, là, une entreprise de conseil va plancher sur le modèle économique d'une association d'insertion...

« L'avenir de l'entreprise se joue là »

Les entreprises commencent à comprendre massivement que leur avenir se joue là. Que le mécénat est une opportunité stratégique à saisir de toute urgence. Comment attirer les talents des générations y et z, qui n'hésitent plus à désertir les rangs l'entreprise traditionnelle pour cause d'incompatibilité de valeurs ? En leur proposant l'engagement qu'ils recherchent au sein même de l'entreprise.

Comment améliorer son impact sur l'environnement, exercer son métier de manière plus respectueuse ? La réponse vient souvent en travaillant avec des ONG. Comment aborder de nouveaux marchés, développer de nouvelles compétences ? En sortant de sa zone de confort, en se frottant aux publics non traditionnels de l'entreprise : les artistes, les travailleurs sociaux, les exclus, les universitaires, les sportifs... En se confrontant aux vrais défis de la société de demain, tout simplement.

« L'entreprise de demain sera engagée ou ne sera pas »

A Admical, nous pensons que l'entreprise de demain sera engagée, ou ne sera pas. Que ce n'est pas un hasard si aux Etats-Unis, une étude du CECP a montré l'année dernière que les entreprises mécènes sont aussi celles qui se développent le plus. Nous pensons que la société est prête pour ce changement. Et nous avons bien l'intention d'aider les entreprises à sauter le pas, partout en France ! Préparez-vous : 79% des mécènes pensent stabiliser ou augmenter leur budget mécénat l'année prochaine.

Oui, une révolution solidaire est possible dans l'entreprise... Elle a même déjà commencé ! Et vous, vous commencez quand ?

En appendice à cet édito, je tiens à rendre hommage à tous ceux qui croient en cette révolution solidaire et qui agissent à nos côtés pour faire bouger les choses : les entreprises adhérentes d'Admical, toujours pionnières, et tout particulièrement nos adhérents bienfaiteurs, qui soutiennent notre activité d'observatoire du mécénat : Axa, le groupe Caisse des Dépôts, la fondation CNP Assurances, le groupe Crédit Agricole, les fondations Daniel et Nina Carasso, Engie, FDJ, le groupe Galeries Lafayette, la fondation La Poste, LVMH, les fondations Orange, SNCF et Total.

Un grand coup de chapeau aux fidèles partenaires de cette étude : les missions mécénat du ministère de la Culture et de la Communication, et du ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer.

Enfin, ne ratons pas l'occasion de saluer le travail de l'équipe d'Admical, et tout particulièrement celui de Camille Marc, responsable des études.

Bravo à tous !

INTRODUCTION

Méthodologie de l'enquête 5

LES POINTS CLES 10

RESULTATS DE L'ENQUÊTE CHAPÔ

Taux de mécénat, budget et profil des entreprises mécènes 14

- Le taux de mécénat en France 16
- Le budget 2015 du mécénat d'entreprise 21
- Les moteurs du mécénat d'entreprise 24

Les pratiques du mécénat d'entreprise 25

- Les domaines d'intervention 27
- Les modes d'intervention 38
 - Le mécénat en nature (ex : la fondation Monoprix) 40
 - Le mécénat de compétences (ex : Stop Hunger) 42
- Les zones d'intervention 44

Les modalités de gestion du mécénat 46

- Le suivi et l'évaluation des projets (ex : la FNCE) 48
- Le mécénat collectif (ex : Seed Foundation) 50
- RSE et sponsoring 52
- Le *crowdfunding* (ex : la fondation Somfy) 53
- La régie indirecte (ex : le groupe Crédit Agricole) 55
- Les avantages fiscaux 57

Différentes manières de faire du mécénat 58

Les perspectives 2016-2018 pour le mécénat d'entreprise 60

RESULTATS DES MODULES

Focus sur le mécénat culturel / patrimoine 62
(ex : Société Générale, Maif)

Focus sur le mécénat environnemental 74
(ex : Ekibio, BNP Paribas)

Méthodologie de l'enquête

Une étude barométrique pour suivre l'évolution du mécénat en France

❑ **Etude barométrique** Admical/CSA, menée tous les 2 ans depuis 2006, destinée à évaluer et suivre les données du mécénat d'entreprise à l'échelle nationale (profil des entreprises mécènes, budget global du mécénat, domaines et modes d'intervention ...).

❑ Les **objectifs** sont de :

- Fournir à la profession et aux médias **les chiffres du mécénat** (étude de référence sur le secteur)
- **Nourrir la réflexion d'ADMICAL** sur les différents aspects du mécénat et la stratégie à déployer pour les consolider
- Permettre aux parties prenantes et aux partenaires **d'analyser et de se projeter dans l'avenir**

❑ Le baromètre a évolué au fil des années afin de tenir compte des évolutions de la société et d'élargir le champ d'exploration :

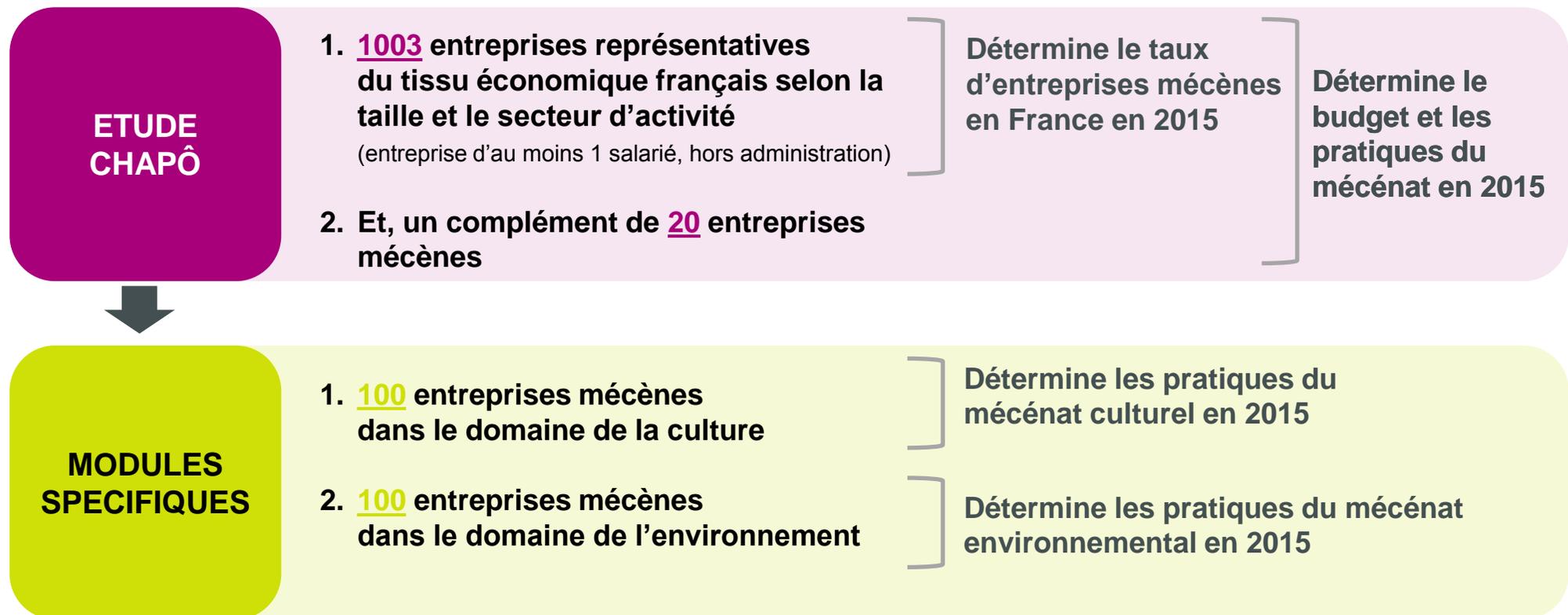
- 2008 : intégration des PME au périmètre de l'étude
- 2010 : exploration qualitative destinée à préciser le cadre identitaire du mécénat
- 2012 : intégration de modules spécifiques à certains domaines de mécénat, en partenariat avec les ministères
- **2014 : intégration des TPE (au moins 1 salarié)**

→ Le dispositif 2016 est identique au dispositif mis en place lors de la dernière vague en 2014

Construite sur un dispositif méthodologique en deux étapes

L'enquête a été réalisée **par téléphone du 18 janvier au 12 février 2016** auprès des personnes en charge du mécénat dans l'entreprise (selon la taille de l'entreprise : chef d'entreprise, responsable de la communication, du marketing, du mécénat, responsable financier).

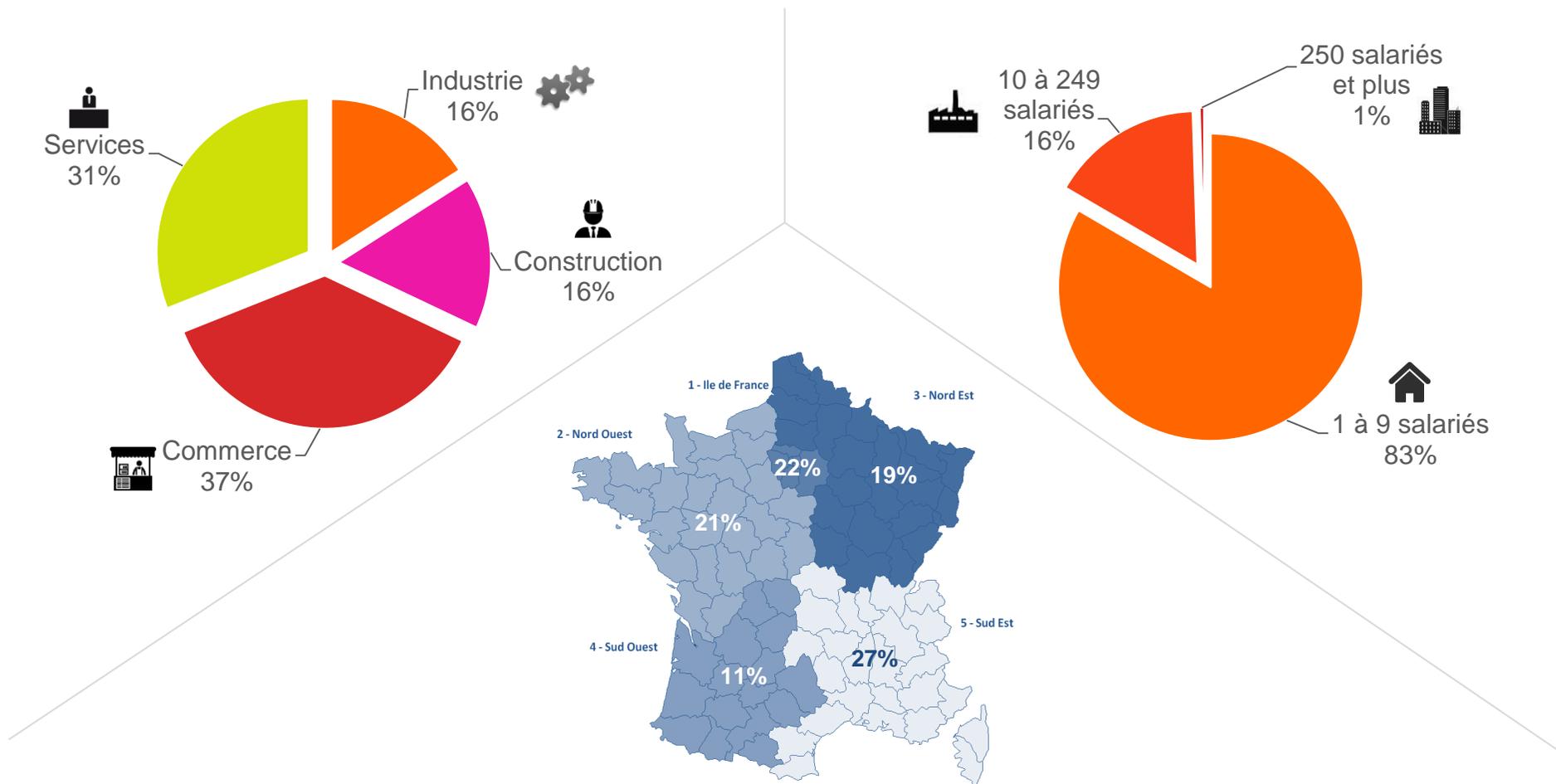
L'enquête s'est déroulée en deux étapes :



Auprès d'un échantillon d'entreprises représentatives du tissu économique français

L'échantillon interrogé a été **raisonné** afin de pouvoir disposer d'une base solide d'entreprises dans chaque tranche salariale (TPE, PME, ETI/GE) et analyser les résultats au global et selon la taille de l'entreprise.

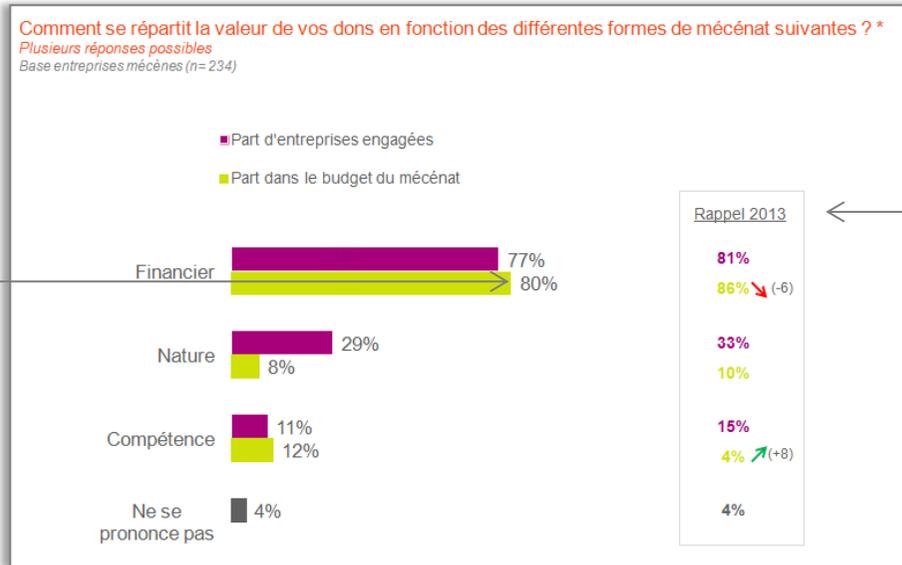
Il a été ensuite **redressé pour être représentatif des entreprises d'au moins un salarié** (hors administration et professions libérales).



Comment lire ce rapport ?

Ce rapport présente les résultats sur l'ensemble de l'échantillon :

Libellé de la question →
Base répondant →

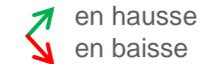


Résultats sur l'ensemble de l'échantillon

Rappel des résultats 2013 :

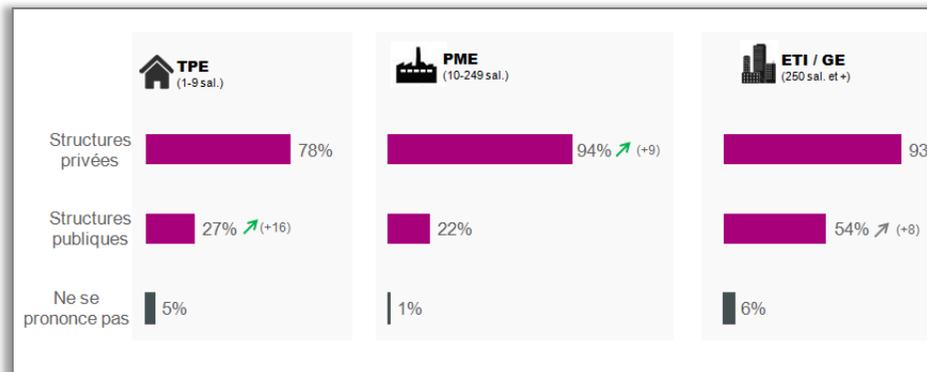
Les chiffres indiqués entre parenthèses correspondent à l'écart entre les résultats de 2013 et de 2015

Les flèches indiquent les évolutions significatives :



Les flèches grises indiquent les évolutions en tendance à interpréter avec prudence.

Puis par **taille salariale** : TPE (1 à 9 salariés), PME (10 à 249 salariés) et ETI (250 salariés et plus) :



Les points clés

Le mécénat d'entreprise à nouveau en croissance

- ✎ **Le taux de mécénat des entreprises à partir de 1 salarié progresse** : le taux d'entreprises mécènes en France passe de 12 à 14%, soient environ 170 000 entreprises*. Parmi ces entreprises mécènes, on compte une large majorité de TPE (72%).
- ✎ **Le budget du mécénat** augmente également et passe de 2,8 à 3,5 milliards d'euros. Ce budget est porté par les ETI/GE qui représentent 60% du budget mécénat en France.
- ✎ **Les perspectives** annoncées par les entreprises sont **très optimistes** : 79% des mécènes pensent stabiliser ou augmenter leur budget mécénat, 10% pensent le diminuer et seulement 2% le supprimer.

* Extrapolation : chiffre à prendre avec précaution

Les actions soutenues

- ✎ Pour la 1^{ère} fois, on sort d'un schéma avec un ou deux domaines qui captent une grande majorité des budgets au profit d'une plus grande **homogénéité**.
 - Le **social** reste le budget le plus important avec 17% du budget qui lui est consacré et il est choisi par 26% des entreprises.
 - Le budget de la **culture** augmente et passe de 13 à 15% du budget total. Elle est choisie par 24% des entreprises.
 - Le **sport** est le domaine le plus prisé par les entreprises (48%) mais le budget qui lui est consacré reste plus modeste (12%).
 - Si le nombre d'entreprises qui choisissent l'**éducation** diminue (11%), la part du budget qui lui est consacrée augmente très nettement (14%).
- ✎ Si les entreprises soutiennent en moyenne **1,7 domaines**, les **ETI/GE** diversifient leurs actions et soutiennent en moyenne **5 domaines**.
- ✎ Les entreprises privilégient des projets qui s'exercent au niveau **local ou régional** (81%), en nette hausse au sein des ETI/GE, qui attachent une importance croissante à leurs **relations avec les acteurs du territoire**.

Les pratiques des entreprises mécènes

- Si le mode d'intervention le plus pratiqué par les entreprises reste le **mécénat financier** (80% du budget), la part du **mécénat de compétences** dans le budget global augmente (12%).
- Le mécénat s'inscrit généralement dans une **politique globale d'engagement de l'entreprise**. Les entreprises mécènes pratiquent également le **sponsoring** (46%) et formalisent davantage une politique de développement durable ou de **RSE** (32%) que les entreprises non mécènes.
- 13% des entreprises mécènes se sont déjà associées à d'autres entreprises pour soutenir des projets, dont 5% à l'initiative d'un mécène. Le **mécénat collectif** concerne principalement les ETI/GE.
- Le **suivi et l'évaluation des projets** sont pratiqués par 12% des entreprises mécènes, mais restent surtout une pratique d'ETI/GE (49%).

Le taux de mécénat en France, le budget et le profil des entreprises mécènes

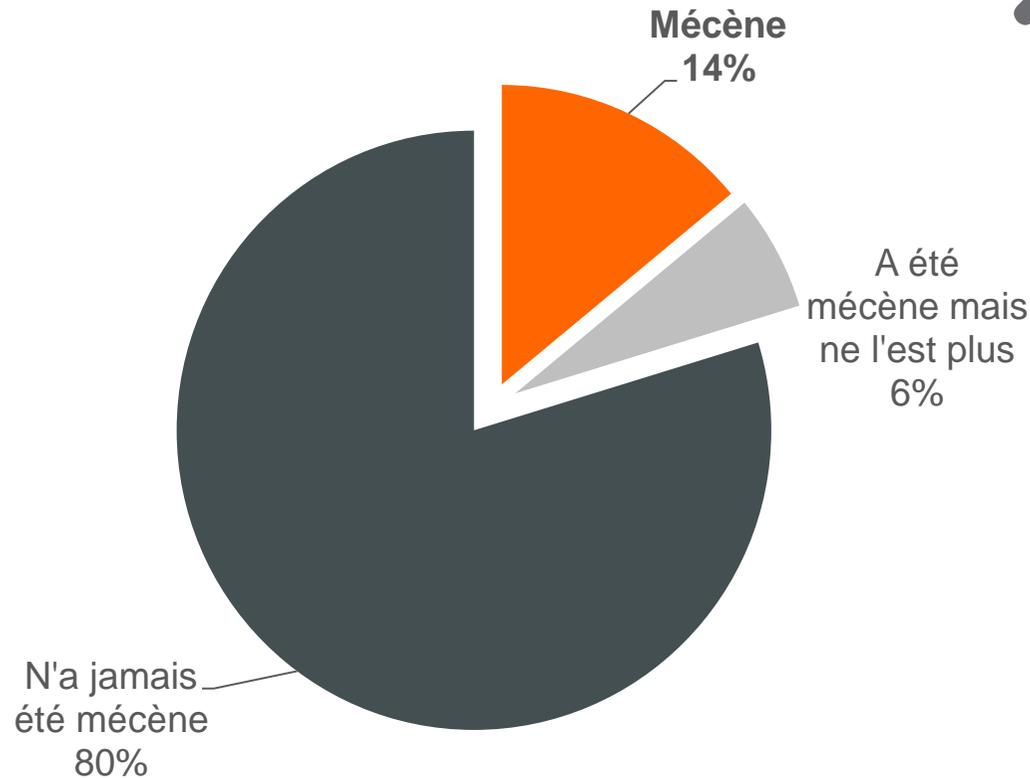
Ce qu'il faut retenir...

- ✎ **Le taux de mécénat des entreprises à partir de 1 salarié progresse** : le taux d'entreprises mécènes en France passe de 12 à **14%**. Parmi ces entreprises mécènes, on compte une large majorité de TPE (72%).
- ✎ Le budget 2015 du mécénat d'entreprise s'élève à **3,5 milliards d'euros**. Il est porté par les ETI/GE, véritables moteurs du mécénat d'entreprise en France. Si l'engagement des TPE demeure fragile, on note un affermissement concernant les PME.
- ✎ Les entreprises placent **l'intérêt général** avant les considérations d'image dans leurs motivations liées au mécénat. Elles accordent une importance croissante à leurs **relations avec les acteurs du territoire**.

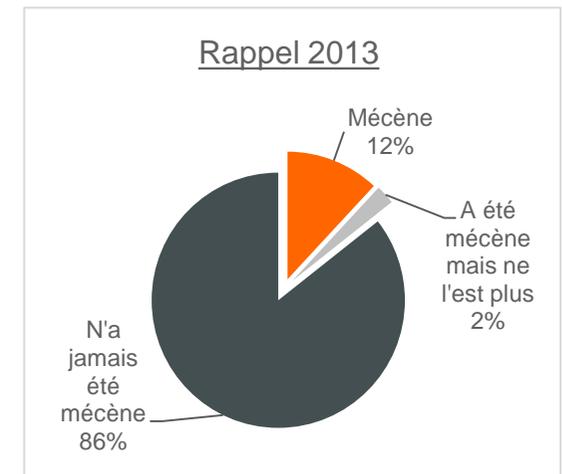
14% d'entreprises mécènes en France* : le mécénat à nouveau en croissance

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

Base ensemble (n= 1003)



14% des entreprises de plus de 1 salarié sont mécènes. Les entreprises mécènes sont de plus en plus nombreuses à s'engager. C'est un véritable changement sociétal.

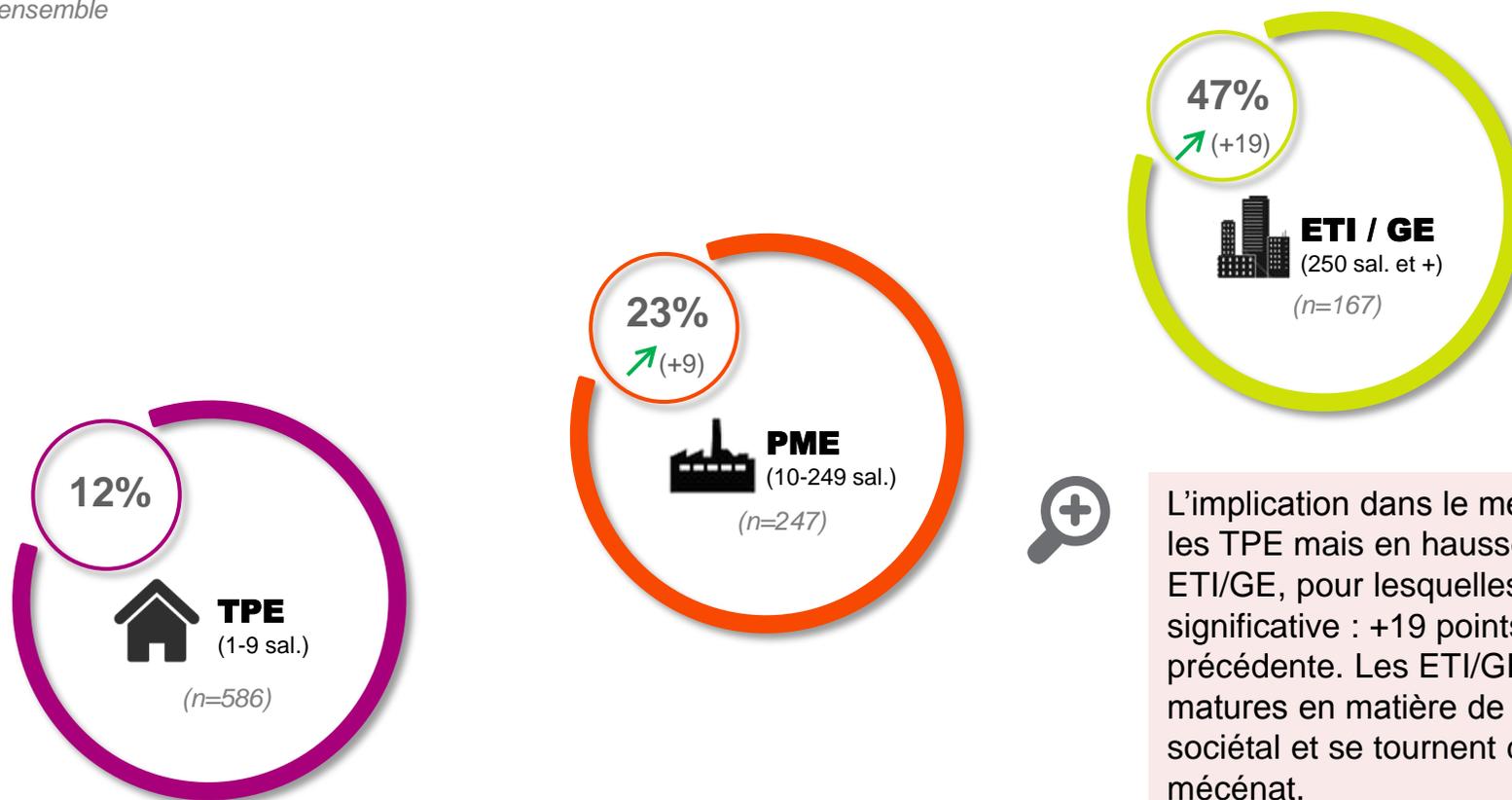


* Parmi les entreprises d'au moins 1 salarié (secteur marchand)

Un taux de mécénat qui progresse au sein des PME et ETI/GE

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

Base ensemble



L'implication dans le mécénat est stable chez les TPE mais en hausse chez les PME et les ETI/GE, pour lesquelles la hausse est très significative : +19 points par rapport à la vague précédente. Les ETI/GE deviennent plus matures en matière de RSE et d'engagement sociétal et se tournent de plus en plus vers le mécénat.

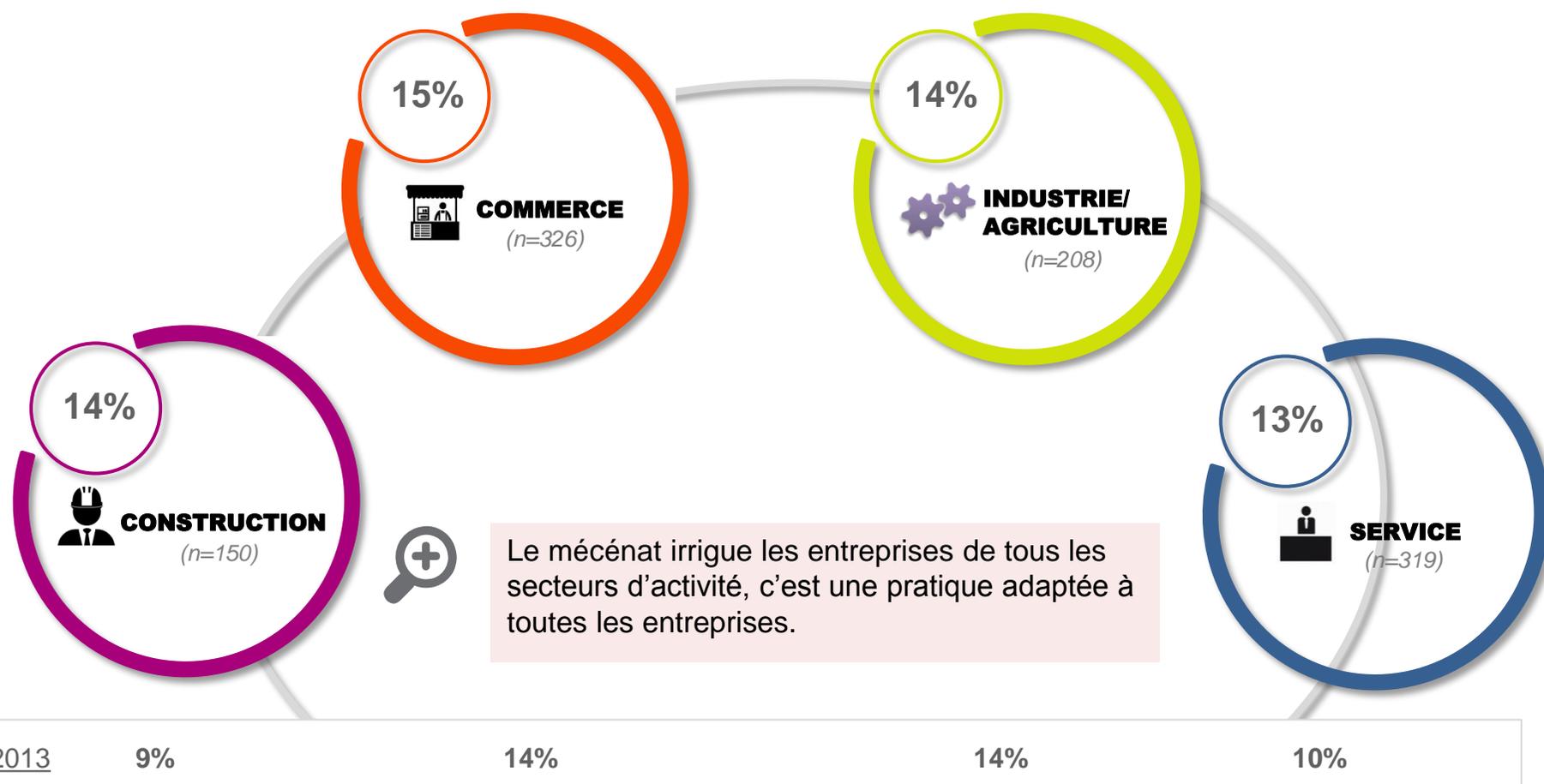
Le taux de mécénat est toujours deux fois moins élevé au sein des PME que chez les ETI/GE.

Rappel 2013	11%	14%	28%
-------------	-----	-----	-----

Un taux de mécénat équivalent dans tous les secteurs

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

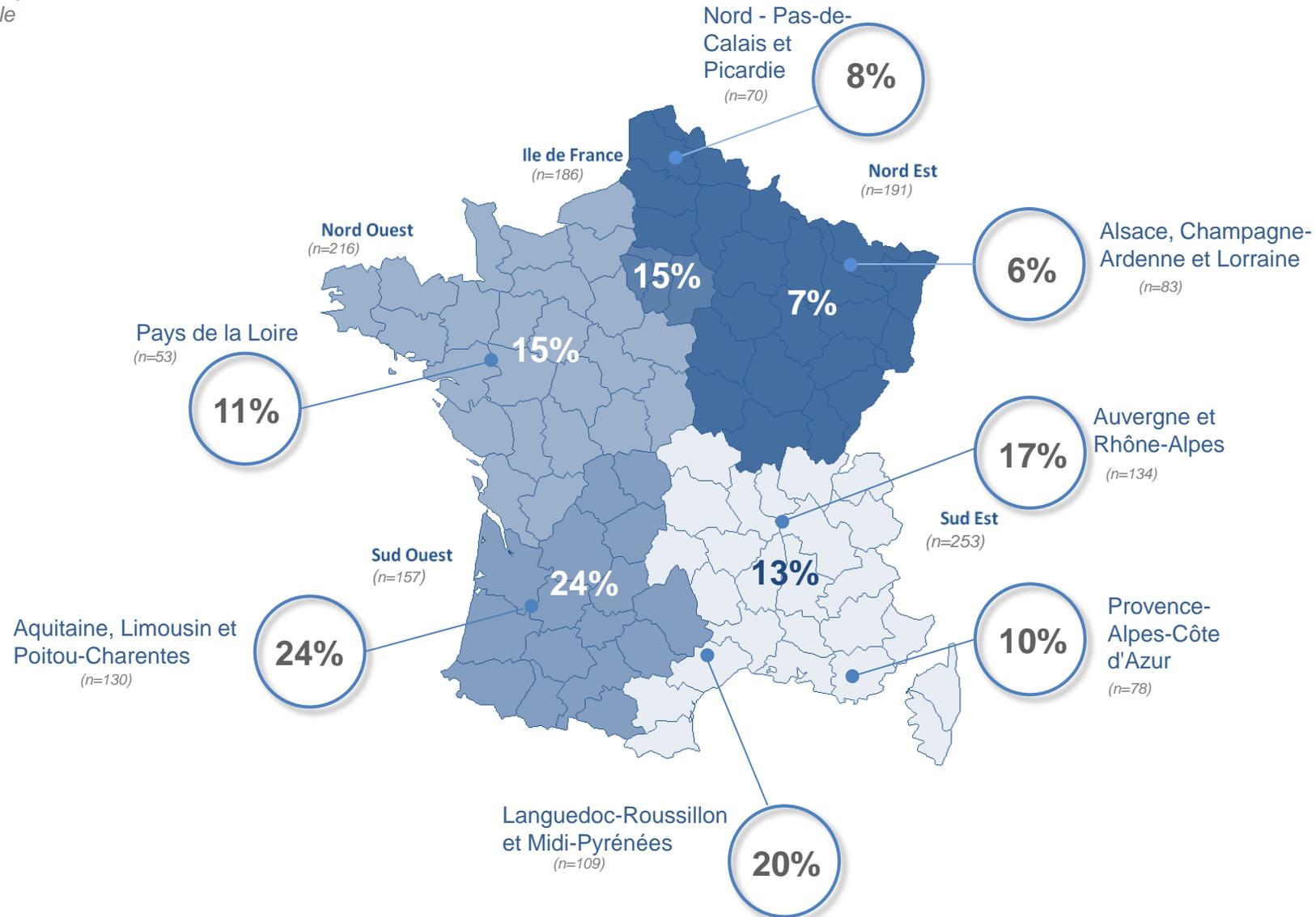
Base ensemble



Des disparités selon les régions : le Sud-Ouest, *bassin fertile* du mécénat

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

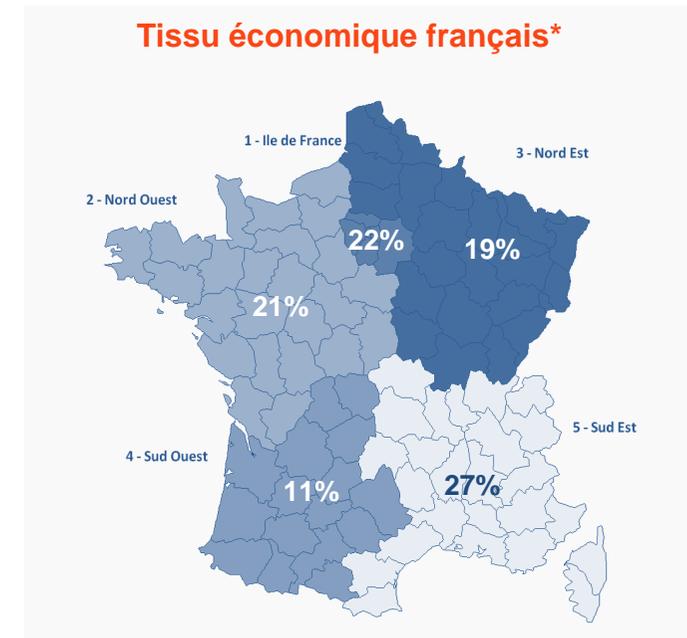
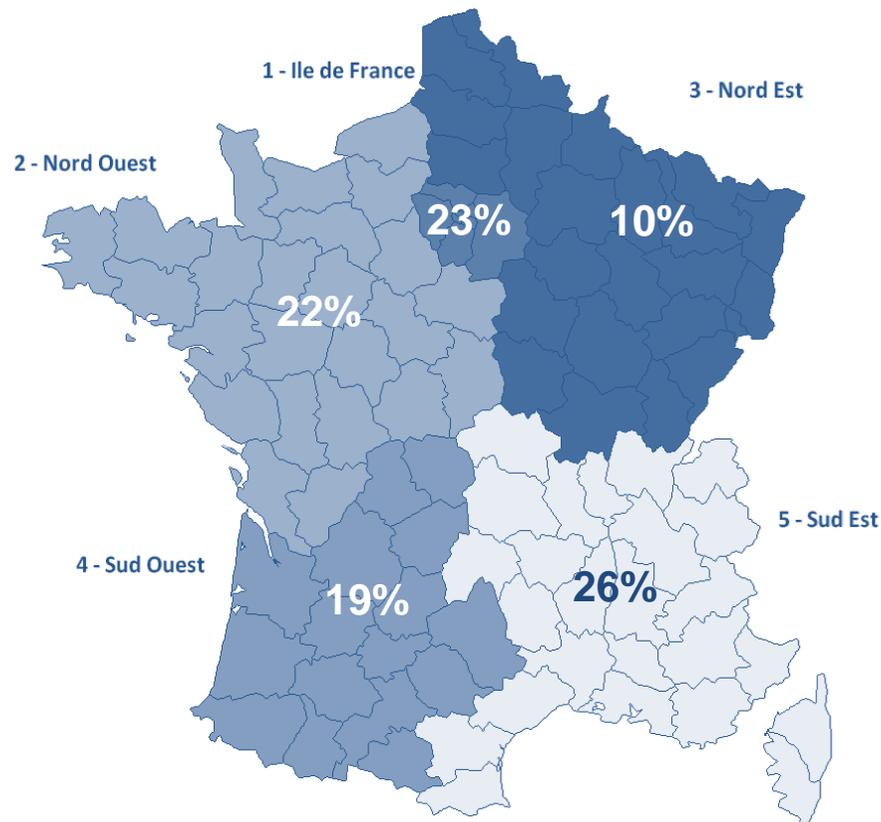
Base ensemble



Les entreprises du Sud-Ouest sont sur-représentées parmi les entreprises mécènes quand les entreprises du Nord-Est sont sous-représentées

Profil des entreprises mécènes – Selon la région d’implantation

Base ensemble des entreprises mécènes (n= 214)



* Entreprises d'au moins un salarié (hors administration et professions libérales)

Un budget en hausse

Quel a été en 2015 le montant global consacré par votre entreprise à l'ensemble de ses actions de mécénat (hors budget de communication et salaires des personnes en charge du mécénat) ?

Base entreprises mécènes (n= 234)

Budget global du mécénat en 2015  **3,5 milliards d'euros**
(toutes tailles d'entreprises confondues)

Budget global du mécénat en 2013  **2,8 milliards d'euros**
(toutes tailles d'entreprises confondues)



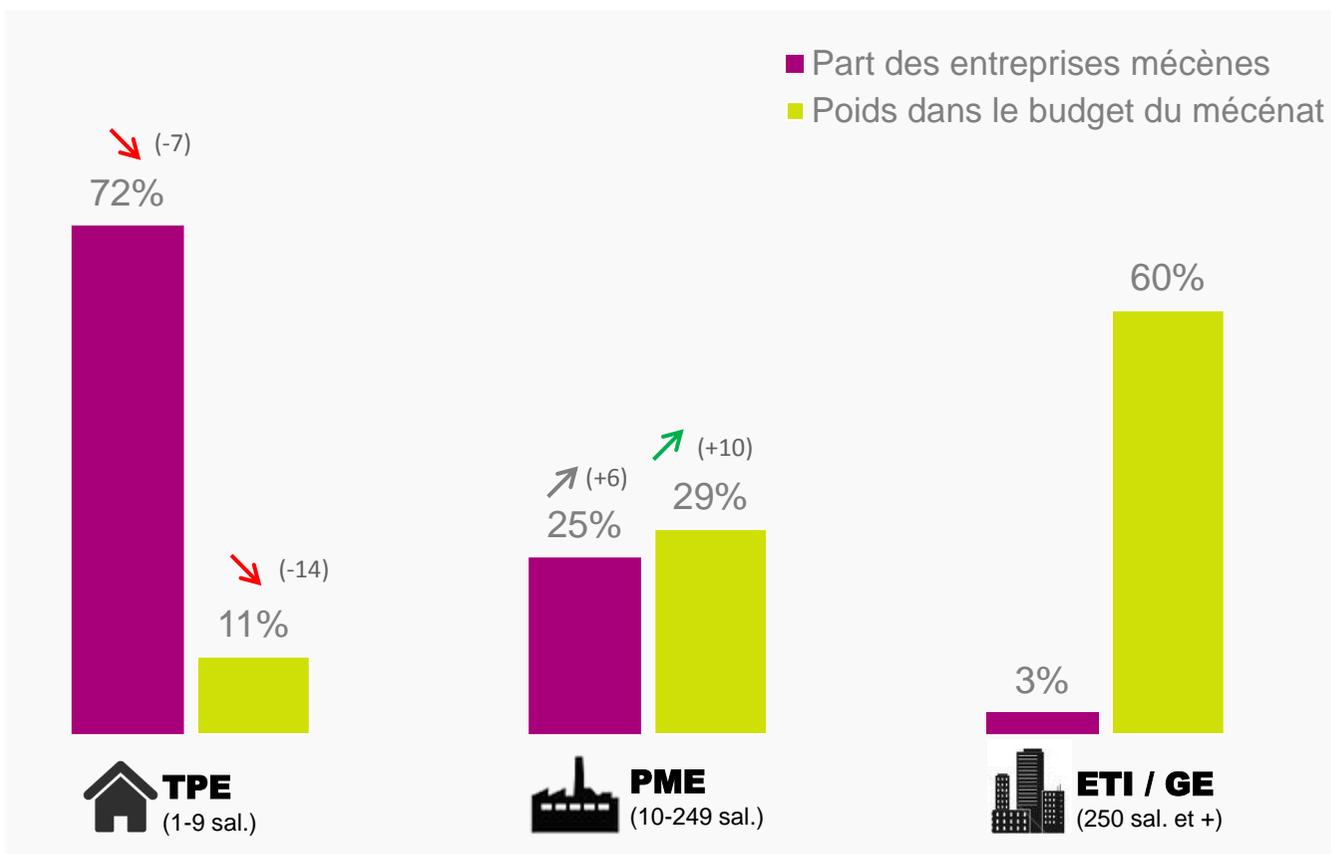
En 2015, les entreprises françaises ont consacré près de 3,5 milliards d'euros au mécénat, elles sont plus nombreuses et plus généreuses que les années précédentes.

Avertissement : les chiffres présentés sont déclaratifs et ne correspondent pas uniquement aux montants défiscalisés dans le cadre des dispositifs de réduction d'impôt liés au mécénat d'entreprise. Toutes les entreprises ne défiscalisent pas leurs dépenses de mécénat.

Un budget du mécénat principalement porté par les ETI/GE et en progression dans les PME

Quel a été en 2015 le montant global consacré par votre entreprise à l'ensemble de ses actions de mécénat (hors budget de communication et salaires des personnes en charge du mécénat) ?

Base entreprises mécènes (n= 234)



Les ETI/GE sont toujours les plus contributrices au budget du mécénat : elles représentent 3% des mécènes et 60% du budget.

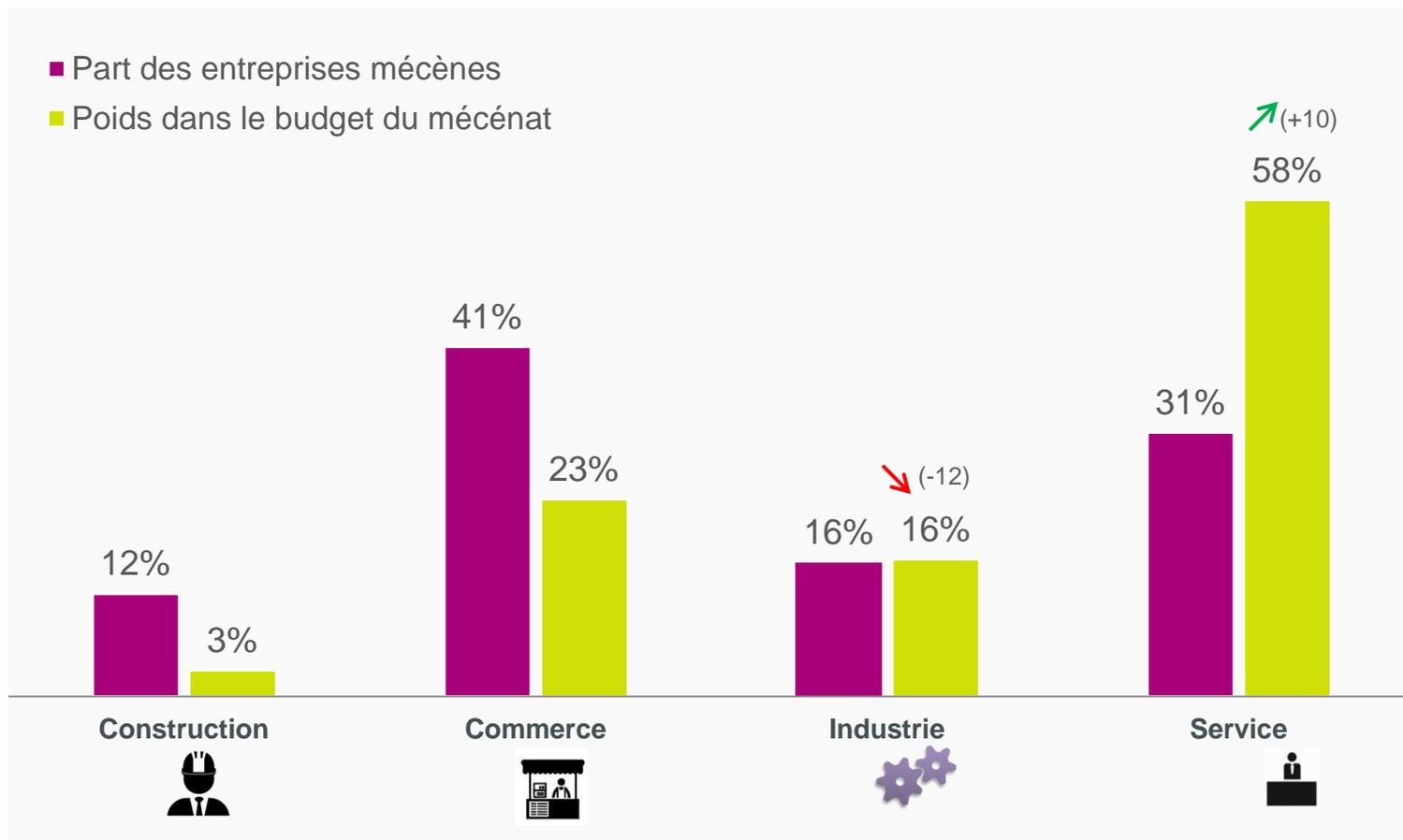
Le poids des PME parmi les entreprises mécènes (25%) et dans le budget (29%) est en hausse.

Si les TPE restent très largement majoritaires parmi les entreprises mécènes, à l'image du tissu économique français, leur poids dans le budget a largement diminué, ce qui témoigne de la fragilité de leur engagement. Plus l'entreprise est petite, plus son engagement est fragile.

Dans le détail, les services concentrent plus de la moitié du budget du mécénat en France en 2015

Quel a été en 2015 le montant global consacré par votre entreprise à l'ensemble de ses actions de mécénat (hors budget de communication et salaires des personnes en charge du mécénat) ?

Base entreprises mécènes (n= 234)



Le poids des services dans le budget du mécénat augmente, au détriment de l'industrie, qui pâtit d'une sortie de crise plus lente.

Des motivations d'abord centrées sur la recherche de l'intérêt général et des enjeux d'image externe quelle que soit la taille de l'entreprise

Je vais vous citer différentes raisons qui peuvent motiver les entreprises à faire du mécénat. Sur une échelle de 0 à 10, vous me direz dans quelle mesure chacune d'entre elles joue un rôle dans la décision de votre entreprise de faire du mécénat.

Base entreprises mécènes (n=234)

Principales motivations au mécénat

	Note MOYENNE
1. Contribuer à l'intérêt général	7
2. Exprimer, incarner les valeurs de l'entreprise	6,5 ↗
3. Construire des relations avec les acteurs du territoire	6,1 ↗
4. Valoriser l'image et la réputation de votre entreprise	6,1 ↗
5. Développer de nouvelles relations avec ses partenaires	5,1
6. Cohésion interne de l'entreprise (fédérer et fidéliser les collaborateurs)	4,2



Les motivations hiérarchisées par les entreprises pour s'engager dans le mécénat placent toujours la contribution à l'intérêt général en tête.

Les relations avec les acteurs du territoire revêtent une importance croissante et vont de pair avec la mise en œuvre de politiques de mécénat à l'échelle locale.

Les pratiques du mécénat d'entreprise

Ce qu'il faut retenir...

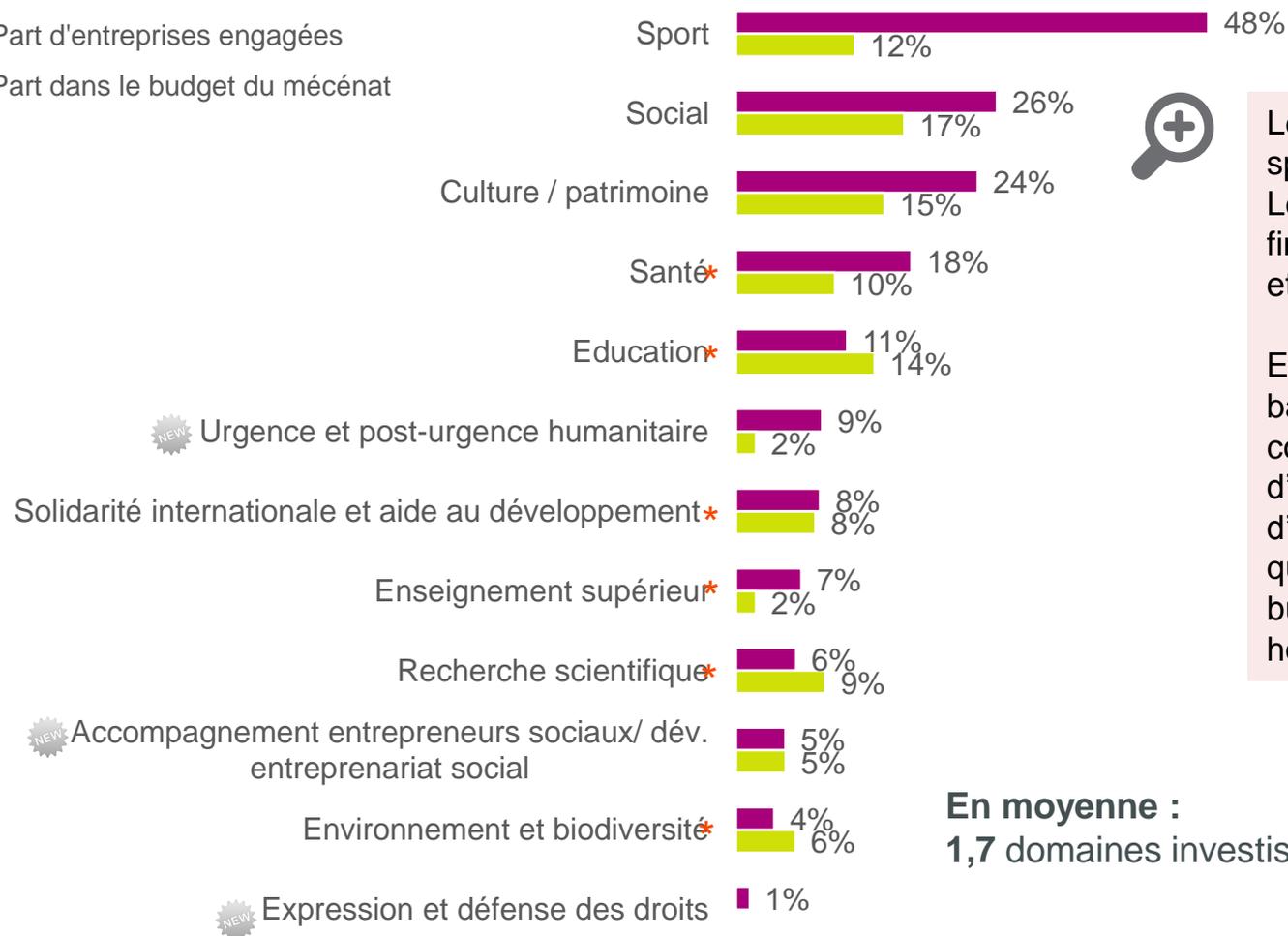
- Les 3 domaines **les plus choisis** sont : le **sport**, le **social** et la **culture**. Les 3 domaines **les plus soutenus financièrement** sont : le **social**, la **culture** et **l'éducation**. Pour la 1^{ère} fois, on sort d'un schéma avec un ou deux domaines qui captent une grande majorité des budgets au profit d'une plus grande homogénéité.
- Les pratiques des ETI/GE mécènes se distinguent** des autres : elles soutiennent plus de domaines d'intervention (en moyenne 5) que les PME (1,9) et les TPE (1,5) et pratiquent davantage le mécénat en nature et le mécénat de compétences.
- Le mécénat d'entreprise demeure un mécénat de proximité avant tout.

Plus d'homogénéité dans les domaines soutenus

Dans quels domaines votre entreprise a-t-elle fait du mécénat en 2015 ? *Plusieurs réponses possibles*
 Dans votre budget mécénat, quel est le pourcentage consacré à chacun de ces domaines ?

Base entreprises mécènes (n= 234)

- Part d'entreprises engagées
- Part dans le budget du mécénat



Les 3 domaines les plus choisis sont : le sport, le social et la culture.
 Les 3 domaines les plus soutenus financièrement sont : le social, la culture et l'éducation.

En terme de budget, l'édition 2016 du baromètre met en évidence la convergence des différents domaines d'intervention. Pour la 1^{ère} fois, on sort d'un schéma avec un ou deux domaines qui captent une grande majorité des budgets au profit d'une plus grande homogénéité.

En moyenne :
 1,7 domaines investis

Liste des domaines précisée cette année (ajout de nouveaux items + reformulation de libellés*). La comparaison avec 2013 doit être faite avec prudence.

Focus sur les domaines d'intervention



Le sport

Rappel 2013 : Sport 5% 56%

Choisi par 48% (- 8 points) des entreprises mécènes, le sport recueille 12% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 420 millions d'euros.

Comme en 2013, le sport reste un domaine où le nombre d'entreprises est majoritaire mais pour lequel la part du budget est relativement faible.

Néanmoins, ce domaine traditionnellement prisé des TPE du fait de ses valeurs de dynamisme et de proximité est peu à peu réinvesti par les ETI/GE, ce qui explique la hausse importante du budget par rapport aux chiffres 2013 (+7 points).



Le soutien au sport est prisé par les entreprises car il permet de créer un lien entre l'entreprise et le public jeune. Les actions soutenues par les entreprises mécènes du sport favorisent généralement 2 types d'actions :

- La sensibilisation des publics grâce à des programmes de santé ou d'éducation par le sport,
- L'accompagnement et jeunes athlètes et la reconversion de sportifs de haut niveau.

Focus sur les domaines d'intervention



Le social

Rappel 2013 : Social  23% 38%

Choisi par 26% des entreprises mécènes, le social recueille 17% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 595 millions d'euros.

Le social est toujours plus soutenu par les ETI/GE (52%), que par les PME (28%) et les TPE (25%).



Agir en faveur du social couvre les champs de la lutte contre l'exclusion et les discriminations, l'accès au logement, aux transports et à la mobilité, l'insertion et la réinsertion sociale et professionnelle, l'accompagnement vers l'emploi et le développement de l'égalité des chances.

Le contexte social et économique favorise l'engagement des entreprises dans ce domaine pour jouer un rôle responsable dans la société et auprès de leurs parties prenantes.



Le champ social est très vaste. L'édition 2016 du baromètre a vu l'évolution de la nomenclature des domaines d'intervention pour mieux refléter l'engagement des entreprises. Le social comprend également 2 nouveaux libellés :

- Expression et défense des droits (droits humains, droits des femmes, des enfants, des migrants, des citoyens, dialogue interculturel, soutien aux minorités religieuses opprimées, promotion et défense de la liberté de la presse.
- Accompagnement d'entrepreneurs sociaux / développement de l'entrepreneuriat social

Pour comparer les chiffres 2015 à ceux de 2013, il est nécessaire de tenir compte des résultats agrégés de 3 domaines (social, expression et défense des droits et accompagnement d'entrepreneurs sociaux) qui représentent ensemble 22% du budget du mécénat et sont choisis par 29% des entreprises mécènes.

Focus sur les domaines d'intervention



Accompagnement d'entrepreneurs sociaux / Développement de l'entrepreneuriat social

Choisi par 5% des entreprises mécènes, l'entrepreneuriat social recueille 5% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 175 millions d'euros.

C'est le cas de près de la moitié des ETI/GE mécènes.



Le soutien au développement de l'entrepreneuriat social permet aux entreprises d'assurer la promotion de l'économie sociale et solidaire (ESS) en soutenant des entrepreneurs, des groupements d'entrepreneurs ou des incubateurs ou en accompagnant directement des projets relevant de l'ESS. Il s'agit d'une manière nouvelle de répondre à une problématique sociétale. L'ESS a permis l'émergence d'un nouveau modèle économique pour l'intérêt général, qui repose aujourd'hui encore beaucoup sur le don, notamment au lancement des projets.

Le soutien à l'entrepreneuriat social est nettement plus prisé par les ETI/GE. Pour la plupart, ces dernières soutiennent des organismes intermédiaires (comme l'ADIE ou France Active par exemple) qui redistribuent à des entrepreneurs sociaux.



Pour la première fois, l'accompagnement d'entrepreneurs sociaux et le développement de l'entrepreneuriat social font l'objet d'un domaine à part entière car ils représentent une part non négligeable des actions menées par les mécènes. Le soutien à l'ESS était auparavant inclus dans le domaine social.

Focus sur les domaines d'intervention



La culture / patrimoine

Rappel 2013 : Culture / Patrimoine  23%
13%

Choisie par 24% des entreprises mécènes, la culture / patrimoine recueille 15% du budget du mécénat d'entreprise, en légère hausse, soit 525 millions d'euros.

La culture est très nettement plus choisie par les ETI/GE (70%) que par les entreprises de moins de 250 salariés (40% des PME et 17% des TPE).



Les ETI/GE sont traditionnellement plus enclines à s'investir dans le mécénat culturel qui requiert souvent des montants importants et rejoint des enjeux d'image et de communication propres aux grandes entreprises.

Néanmoins, la hausse importante des PME (+17 points) confirme l'implication croissante des PME dans la culture, sur des projets comme les festivals, qui portent des enjeux de développement du territoire, ou encore le soutien au patrimoine local.

Un volet détaillé sur le mécénat culturel en page 61 apporte plus d'éclairages sur les modalités de soutien des entreprises mécènes à ce domaine.

Focus sur les domaines d'intervention

La santé

Rappel 2013 : Santé (y compris recherche médicale)  28%
16%

Choisie par 18% des entreprises mécènes, la santé recueille 10% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 350 millions d'euros.

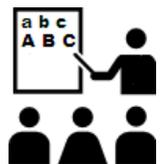
Ce domaine est très soutenu par les ETI/GE (51%) par rapport aux PME (16%) et aux TPE (17%).



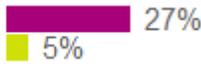
Le soutien à la santé couvre les champs de la recherche et du traitement du handicap moteur ou mental, des maladies rares, génétiques et psychiques, des déficiences et des addictions. Les entreprises engagées dans le domaine de la santé peuvent également choisir de favoriser l'accès aux soins et aux médicaments, de faciliter les conditions de vie à l'hôpital et l'accompagnement des aidants ou de lutter contre la dépendance.

La santé, et notamment la recherche médicale, est davantage soutenue par les ETI/GE car elle nécessite des montants importants et véhicule une image innovante.

Focus sur les domaines d'intervention



L'éducation

Rappel 2013 : Education (enseignement et formation)  27%
5%

Choisie par 11% des entreprises mécènes, l'éducation recueille 14% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 490 millions d'euros.

L'éducation est nettement plus choisie par les ETI/GE (57%) que les PME (15%) et les TPE (8%).

Si le nombre d'entreprises qui choisissent l'éducation a reculé, le budget de ce domaine est en hausse.



Ce domaine a connu une évolution importante et est davantage soutenu financièrement que dans les éditions précédentes. Il recouvre les actions de lutte contre le décrochage et l'échec scolaire, de lutte contre l'illettrisme et d'accès à l'éducation. Il permet aux entreprises engagées de créer du lien avec le public jeune.

L'éducation est un domaine où l'implication des collaborateurs peut être importante, notamment à travers le tutorat, ce qui influe dans le choix de cette thématique par les ETI/GE qui souhaitent de plus en plus pouvoir impliquer leurs collaborateurs au profit des projets qu'elles soutiennent.

Focus sur les domaines d'intervention



La solidarité internationale

Rappel 2013 : Solidarité internationale 13%
8%

Choisie par 15% des entreprises mécènes, la solidarité internationale recueille 10% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 350 millions d'euros.

Ce domaine est très majoritairement soutenu par les ETI/GE.



Les ETI/GE agissent plus facilement pour la solidarité internationale car elles disposent de bureaux ou de filiales dans des pays étrangers. Pour ces dernières, le mécénat de solidarité internationale revêt alors un caractère de proximité. De plus, elles maîtrisent davantage les enjeux juridiques et fiscaux liés au mécénat à l'international et les incertitudes sur l'éligibilité de certaines actions.

Les TPE et PME s'engagent plutôt au profit de la solidarité internationale lorsque des situations d'urgence se présentent.



Pour mieux refléter la réalité des actions menées dans le cadre de la solidarité internationale, la nomenclature de l'édition 2016 du baromètre a évolué. Le domaine « solidarité internationale » tel qu'il existait en 2014 correspond désormais à 2 domaines :

- Solidarité internationale et aide au développement (sécurité alimentaire et nutrition, accès à l'eau, à l'assainissement, à l'énergie, promotion d'une industrialisation durable, promotion de la démocratie et accès à la justice) : 8% des entreprises mécènes et 8% du budget global
- Urgence et post-urgence humanitaire (catastrophes naturelles et sanitaires, conflits) : 9% des entreprises mécènes et 2% du budget global

Il s'agit de mieux distinguer les actions de long cours en faveur de l'aide au développement des actions plus ponctuelles liées à des catastrophes et fortement sujettes aux aléas conjoncturels.

Focus sur les domaines d'intervention



La recherche scientifique et l'enseignement supérieur

Rappel 2013 : Recherche scientifique et enseignement supérieur 6%
12%

Choisis par 11% des entreprises mécènes, la recherche scientifique et l'enseignement supérieur recueillent 11% du budget du mécénat d'entreprise, soit 385 millions d'euros.

Ces domaines sont toujours largement plus soutenus par les ETI/GE (33%), que par les PME (9% et 2%) et les TPE (4% et 7%).

5% des entreprises mécènes choisissent de soutenir la recherche scientifique, ce qui représente 9% du budget mécénat global. C'est le cas d'environ un tiers des ETI/GE mécènes.



Le soutien à la recherche scientifique nécessite des moyens importants et une grande prise de risque, ce qui explique la prédominance des ETI/GE et l'importance de la part du budget qui lui est consacré relativement au nombre d'entreprises engagées. Les entreprises qui soutiennent la recherche investissent notamment dans des programmes portés par des fondations universitaires ou partenariales, des écoles et des chaires.



L'édition 2016 du baromètre a vu l'évolution de la nomenclature des domaines d'intervention pour mieux refléter l'engagement des entreprises. Ces 2 domaines ont été distingués :

- Recherche scientifique : recherche en sciences physiques et de la Terre, technologie, sciences du vivant, recherches en sciences sociales (anthropologie, sociologie, économie, sciences politiques, démographie, psychologie) et chaires.
- Enseignement supérieur : universités, grandes écoles et laboratoires, bourses d'études, formation continue, apprentissage.

Focus sur les domaines d'intervention



L'environnement et la biodiversité

Rappel 2013 : Environnement (développement durable) ■ 5% ■ 3%

Choisi par 4% des entreprises mécènes, l'environnement / biodiversité recueille 6% du budget du mécénat d'entreprise, en légère hausse, soit 210 millions d'euros.

L'environnement est majoritairement soutenu par les ETI/GE (24% des ETI/GE mécènes). En revanche, seul 1% des TPE mécènes déclarent soutenir ce domaine.



Les entreprises mécènes de l'environnement soutiennent des programmes de promotion, de sensibilisation et d'éducation à l'environnement pour protéger la faune, les animaux et les espaces naturels et prévenir les risques naturels, technologiques et les pollutions. Elles s'engagent également en faveur du développement des énergies renouvelables, de l'efficacité énergétique et de l'agriculture et des villes durables.

Le contexte actuel (COP21, marches pour le climat ...) favorise l'investissement des grandes entreprises dans des solutions environnementales innovantes sous la pression de leurs actionnaires.

Un volet détaillé sur le mécénat environnemental en page 72 apporte plus d'éclairages sur les modalités de soutien des entreprises mécènes à ce domaine.

La culture, domaine privilégié par les PME & ETI/GE en 2015

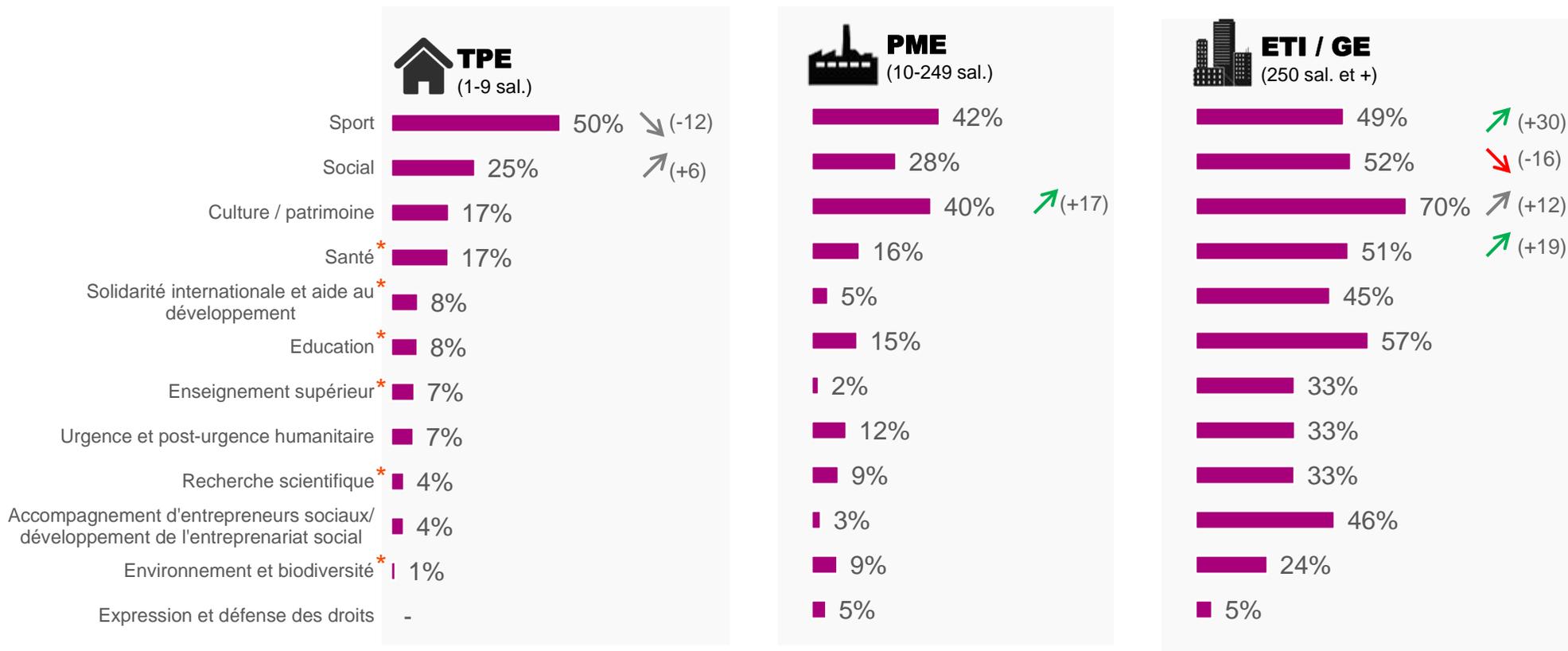
Un mécénat davantage multiple auprès des grandes entreprises

Dans quels domaines votre entreprise a-t-elle fait du mécénat en 2015 ?

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n=80 TPE, n=61 PME, n=93 ETI/GE)

Liste des domaines précisée cette année
(ajout de nouveaux items + reformulation de libellés*).
La comparaison avec 2013 doit être faite avec prudence.



Nombre moyen de domaines investis

1,5

1,9

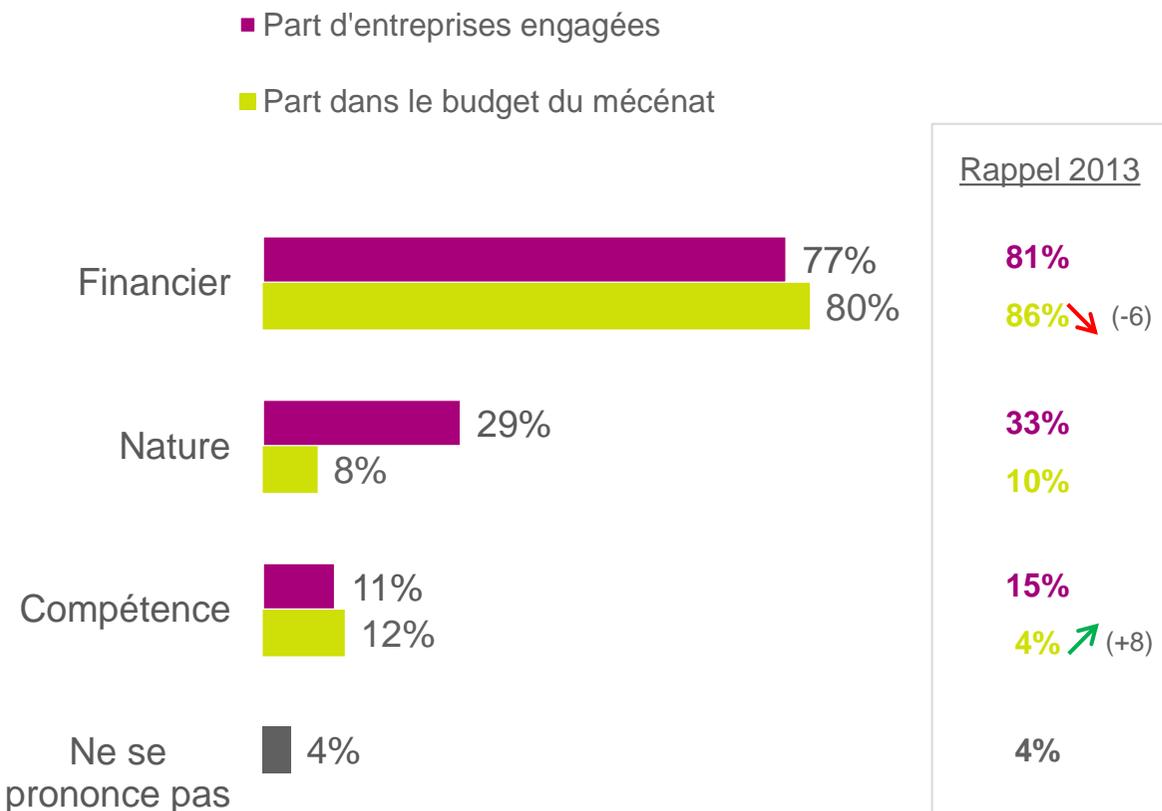
5

Un mécénat stable sur la forme : le mécénat financier reste de loin le plus répandu

Comment se répartit la valeur de vos dons en fonction des différentes formes de mécénat suivantes ? *

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n= 234)



Le mécénat financier reste le mode d'intervention le plus utilisé, quelle que soit la taille de l'entreprise.

Le mécénat de compétences est davantage pratiqué par les ETI/GE. Si la part d'entreprises impliquées dans le mécénat diminue légèrement, le budget du mécénat de compétences est en nette hausse. Le mécénat de compétences reste un dispositif qui nécessite une certaine ingénierie interne. La mise en œuvre du dispositif peut être complexe, mais une fois en place, il est plus facilement utilisé à plus grande échelle par les entreprises.

Le recours au mécénat en nature est stable. S'il concerne un nombre conséquent d'entreprises, il reste un budget relativement faible.

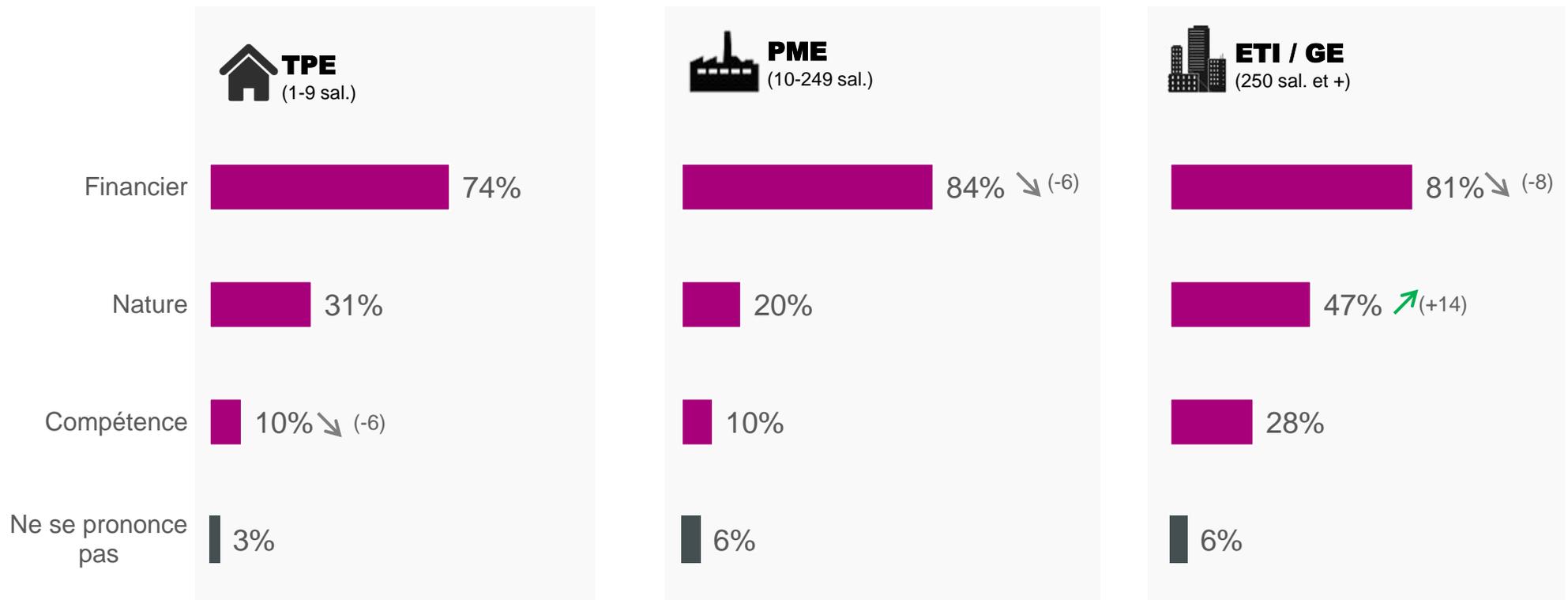
Le mécénat en nature séduit de plus en plus les grandes entreprises

Comment se répartit la valeur de vos dons en fonction des différentes formes de mécénat suivantes ? *

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n=80 TPE, n=61 PME, n=93 ETI/GE)

Part d'entreprises mécènes engagées dans chaque forme de mécénat



Focus sur les modes d'intervention

Le mécénat en nature

Choisi par 29% des entreprises mécènes, le mécénat en nature représente 8% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 280 millions d'euros.

Le mécénat en nature est utilisé par 31% des TPE mécènes, par 20% des PME et par 47% des ETI/GE mécènes, en nette hausse par rapport aux chiffres 2013 (+14 points).



Le mécénat en nature permet à l'entreprise de faire don de ses produits. Il est traditionnellement plus prisé par les TPE, qui ne disposent pas toujours de la trésorerie nécessaire pour donner autant qu'elles le souhaiteraient en mécénat financier.

Néanmoins, on observe une progression du nombre d'ETI/GE mécènes qui ont recours au mécénat en nature. En effet, de plus en plus d'entreprises multiplient leurs modes d'intervention et complètent leur mécénat financier par un don de produits pour répondre à un besoin identifié de la structure soutenue.

Don de marchandises : le mécénat en nature de la Fondation d'entreprise Monoprix

Karine Viel, Déléguée générale de la Fondation d'entreprise Monoprix



“ Afin d’aider ceux qui en ont besoin et éviter le gaspillage, les équipes Monoprix se mobilisent chaque jour pour organiser le don de marchandises.

En fin de soldes, l’ensemble des magasins Monoprix fait don de l’intégralité de ses invendus non alimentaires à une association (Croix-Rouge française en Ile-de-France, Emmaüs et Secours Populaire Français en province).

En 2015, environ 270 magasins et entrepôts ont ainsi donné 3,8 millions d’euros de marchandises.

Parallèlement, en 2015, 221 magasins ont également pu donner leurs marchandises alimentaires proches de leur date limite de consommation à des associations partenaires (Banques alimentaires, Croix Rouge française, Secours Populaire, Restos du Cœur...).

Cela a représenté 7,2 millions d’euros de marchandises, soit l’équivalent de 4,7 millions de repas. ”

Focus sur les modes d'intervention

Le mécénat de compétences

Choisi par 11% des entreprises mécènes, le mécénat de compétences représente 12% du budget du mécénat d'entreprise, soit environ 420 millions d'euros.

Le mécénat de compétences est plus utilisé par les ETI/GE (28%) que par les PME et TPE mécènes (10%). Si la part d'entreprises impliquées dans le mécénat diminue légèrement, le budget du mécénat de compétences est en nette hausse (+8 points par rapport aux chiffres 2013).



Le mécénat de compétences consiste à mettre à disposition un salarié sur son temps de travail au profit d'un projet d'intérêt général. Il est généralement plus utilisé par les ETI/GE car il nécessite une certaine ingénierie interne pour identifier le besoin en compétences des structures soutenues, sélectionner les compétences adaptées et organiser la mise à disposition des salariés.

Le nombre d'entreprises qui mettent en place un programme de mécénat de compétences n'augmente pas mais ces dernières se professionnalisent. La hausse du budget consacré au mécénat de compétences est liée à la maturité des entreprises le pratiquant. La mise en œuvre du dispositif peut être complexe, mais une fois en place, il est plus facilement utilisé à plus grande échelle par les entreprises et pratiqué par un plus grand nombre de collaborateurs.

Mécénat de compétences : 3000 collaborateurs mobilisés par Sodexo pour le programme de Stop Hunger

Clodine Pincemin, Directrice générale de Stop Hunger



Créé par Sodexo en 1996, Stop Hunger est aujourd'hui une organisation à but non lucratif qui lutte contre la faim et la malnutrition dans le monde. 65 000 volontaires dans 48 pays s'engagent avec un seul objectif : un monde sans faim. Le mécénat de compétences est l'un des moyens utilisés par Stop Hunger pour aider ses partenaires ONG ou associations à lutter contre la faim.

Ainsi des chefs de cuisine apprennent à des personnes en grande précarité à cuisiner sainement des produits simples et peu chers, par exemple des fruits et des légumes issus d'excédents non vendus.

Des diététiciennes apprennent aux mères de famille l'équilibre alimentaire.

Ou encore, des logisticiens aident le Programme Alimentaire Mondial* à améliorer les conditions de production des repas pour leur programme « Sustainable School Feeding », en intervenant sur la conception des cuisines dans leurs écoles de brousse par exemple, ou sur la mise en place d'une chaîne d'approvisionnement privilégiant la production locale...

A ce jour, plus d'une centaine de compétences sont sollicitées par Stop Hunger auprès de 3000 collaborateurs et mises à disposition de 860 ONG ou associations locales et internationales. ””

www.stop-hunger.org

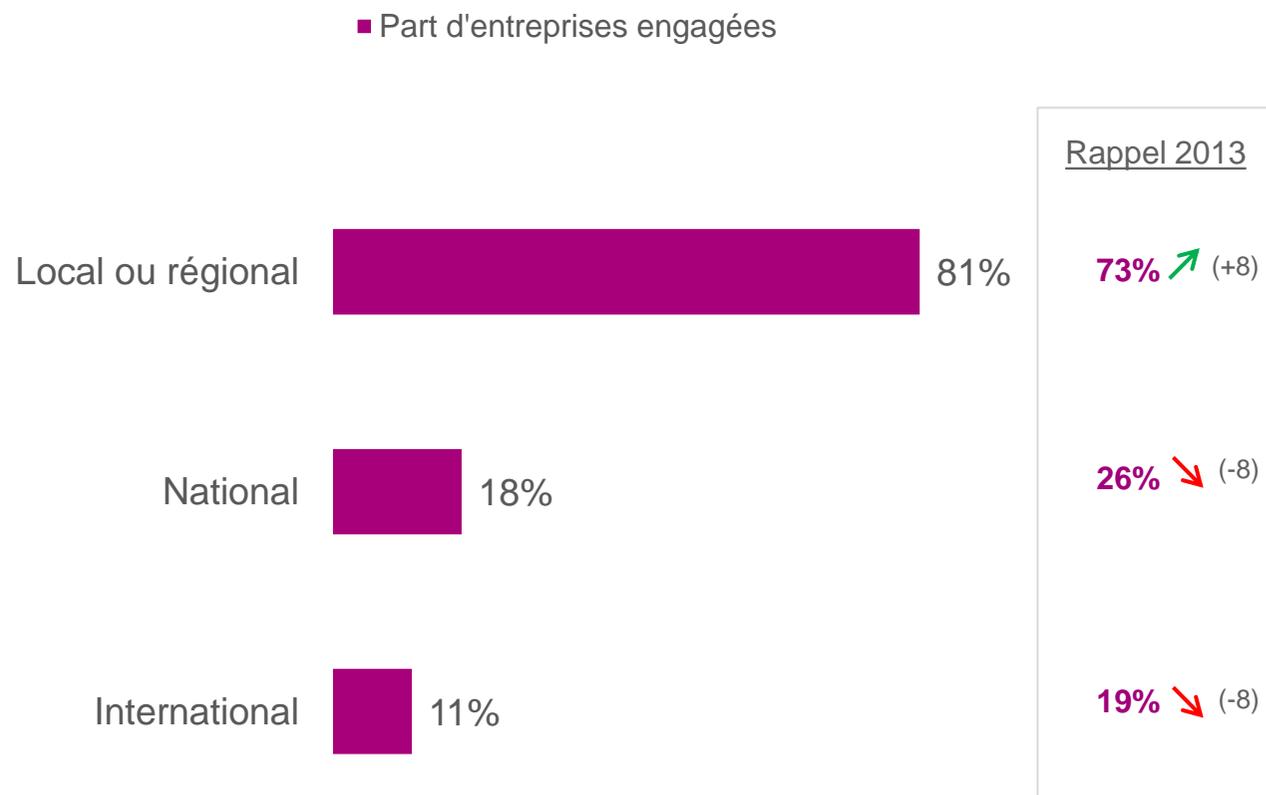
* La plus grande agence d'assistance alimentaire au monde

Un mécénat de proximité toujours privilégié, et qui progresse davantage en 2015

Les actions de mécénat de votre entreprise s'exercent-elles au niveau ...

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n= 234)



On note un renforcement très net de l'ancrage local, quelle que soit la taille de l'entreprise. Cette tendance reflète la volonté des entreprises mécènes d'avoir davantage de visibilité auprès des acteurs du territoire et des bénéficiaires finaux de leurs actions.

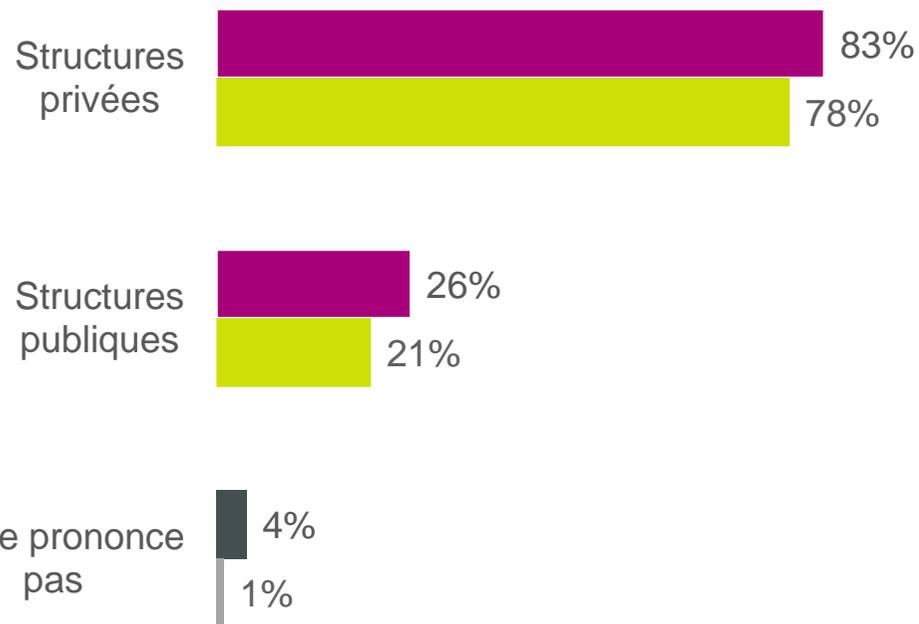
Les ETI/GE souhaitent de plus en plus mener une politique de mécénat cohérente à l'échelle du groupe. Par conséquent, elles cherchent à intervenir à tous leurs niveaux d'implantation, ce qui explique la diversification de leurs zones d'intervention (local, national et international).

Si le soutien aux structures privées reste très largement majoritaire, les structures publiques ont davantage attiré les mécènes en 2015

Comment se répartit votre budget de mécénat entre le soutien à des structures publiques (ex : programmes d'Etat, musées ou théâtres publics, etc.) et le soutien à des structures privées (ex : associations, fondations, ..., etc.) ?

Base entreprises mécènes (n= 234)

■ Part d'entreprises engagées
■ Part dans le budget du mécénat



Rappel 2013

80%

72%

13% ↗ (+13)

23%

13% ↘ (-9)

-



Les structures privées (associations, fondations, fonds de dotation) représentent la majeure partie du budget mécénat. Elles sont soutenues par toutes les entreprises, quelle que soit leur taille.

Les structures publiques (établissements publics, collectivités territoriales) sont davantage soutenues par les ETI/GE (54%). Néanmoins, les TPE se tournent de plus en plus vers les structures publiques (27%, +16 points).

13% ↗ (+6) *soutiennent à la fois des structures privées et des structures publiques*

Les modalités de gestion du mécénat

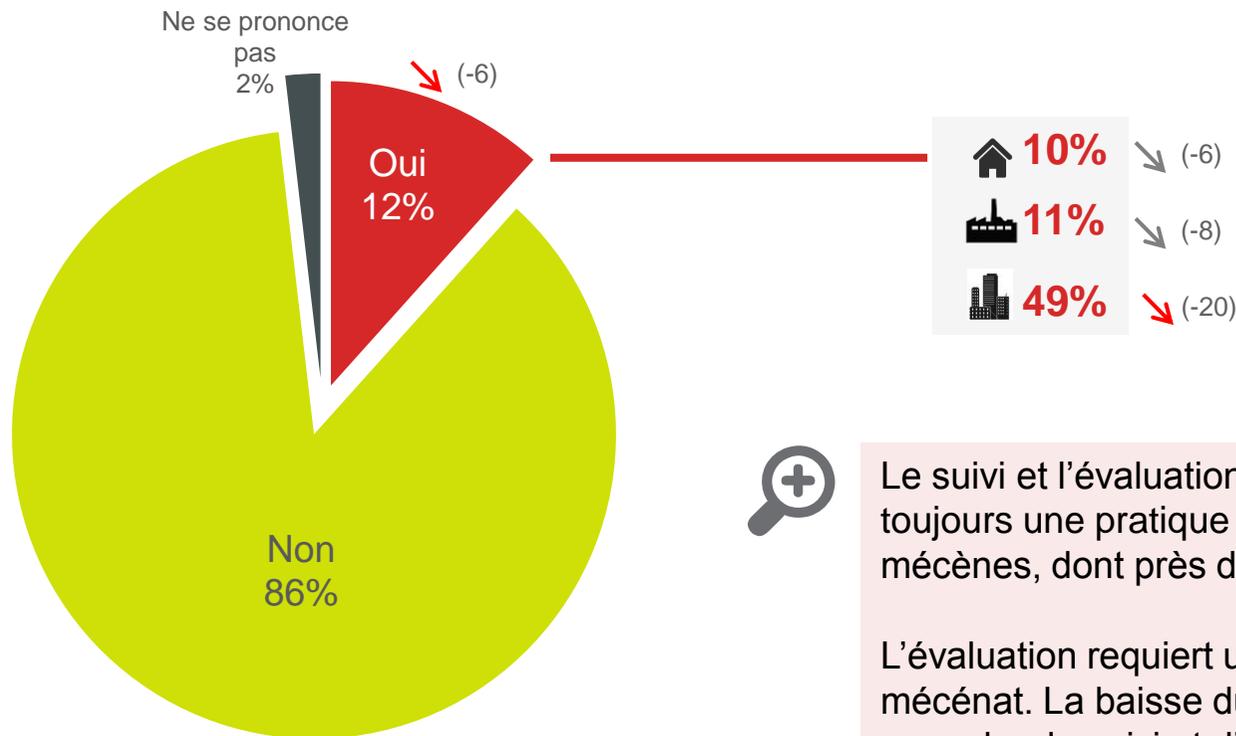
Ce qu'il faut retenir...

- Le mécénat s'inscrit généralement dans une **politique globale d'engagement de l'entreprise**. Les entreprises mécènes pratiquent également le **sponsoring** (46%) et formalisent davantage une politique de développement durable ou de **RSE** (32%) que les entreprises non mécènes.
- Le mécénat est un domaine vivant, en perpétuelle mutation, qui témoigne de la professionnalisation des entreprises mécènes. De nouvelles tendances émergent, comme le **mécénat collectif** déjà pratiqué par 13% des entreprises mécènes et le **crowdfunding**.
- Le **suivi et l'évaluation des projets** sont pratiqués par 12% des entreprises mécènes, mais restent surtout une pratique d'ETI/GE (49%).

La formalisation des pratiques d'évaluation très peu répandue, sauf au sein des grandes entreprises

Votre entreprise a-t-elle formalisé un cadre de suivi et d'évaluation des projets soutenus à travers son mécénat?

Base entreprises mécènes (n=234)



Le suivi et l'évaluation des projets soutenus par le mécénat est toujours une pratique marginale, surtout pratiquée par les ETI/GE mécènes, dont près de la moitié pratiquent le suivi et l'évaluation.

L'évaluation requiert une certaine maturité dans sa politique de mécénat. La baisse du taux d'entreprises mécènes ayant formalisé un cadre de suivi et d'évaluation peut être corrélée au nombre important d'entreprises nouvellement mécènes, dont la politique de mécénat n'est pas suffisamment aboutie pour pratiquer l'évaluation.

L'évaluation des partenariats encouragée par la Fédération Nationale des Caisses d'Epargne

Marie Leclerc-Bruant, Chef de projet Philanthropie-Mécénat à la FNCE

Perrine Lantoine-Réjas, Chef de projet Microfinance et RSE à la FNCE



© FNCE

“ Dans le cadre de leur politique de mécénat, les Caisses d'Epargne consacrent chaque année plus de 20 M€ au soutien de projets en faveur de la solidarité, de la culture et du patrimoine, ou de l'éducation financière. Ce sont 1100 projets qui sont ainsi accompagnés. Les Caisses d'Epargne s'attachent à évaluer l'impact de ces actions à plusieurs niveaux.

Elles ont développé une démarche d'évaluation qui consiste à interroger les structures soutenues, 1 ou 2 ans après l'octroi du don, afin de mesurer les résultats atteints par le projet. Ce sont le plus souvent les administrateurs des Caisses d'Epargne, représentants élus des sociétaires, qui mettent en œuvre cette démarche sur la base d'un questionnaire national.

Par ailleurs, en 2015, la Fédération nationale des Caisses d'Epargne a proposé à plusieurs banques régionales de mener une évaluation de leur politique de partenariats, avec l'appui du Rameau, laboratoire de recherche spécialisé sur l'innovation partenariale. L'un des objectifs était de repenser les partenariats existants dans une approche plus large, en lien avec la démarche RSE et la stratégie de l'entreprise, pour en faire de véritables leviers de dialogue et d'ancrage sur les territoires. ”

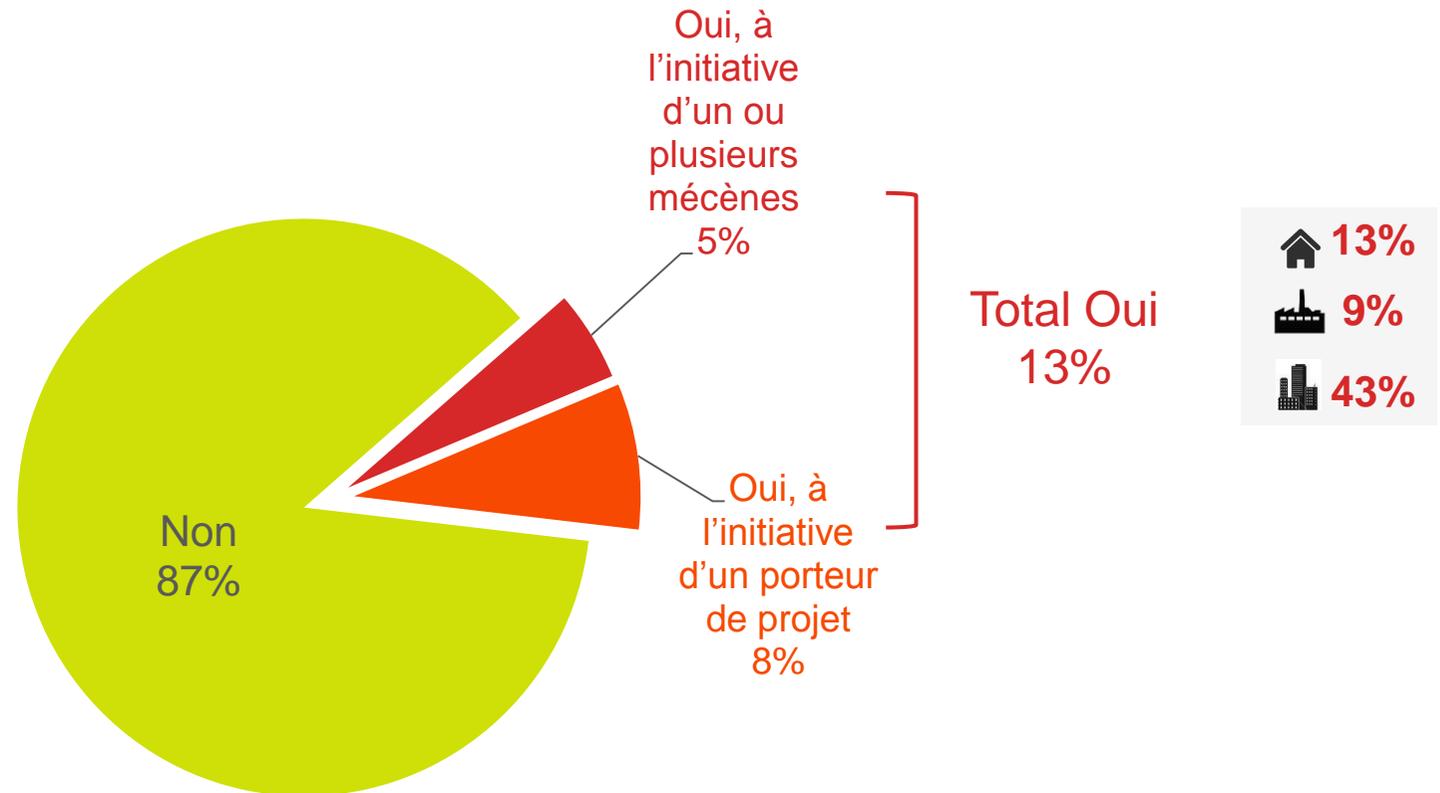
Le mécénat collectif reste l'apanage des grandes entreprises

Vous êtes-vous déjà associé à d'autres entreprises pour soutenir ou créer des projets sur le principe du mécénat collectif ?



Base entreprises mécènes (n=234)

43% des ETI / GE se sont déjà associés à d'autres mécènes, ce qui traduit la maturité de leur politique de mécénat. Le mécénat collectif peut être à l'initiative d'un bénéficiaire, qui fédère un club d'entreprises autour d'un projet, ou à l'initiative de mécènes qui s'associent pour lancer un appel à projets par exemple ou faire changer d'échelle un projet qu'ils soutiennent déjà seuls.



SEED Foundation : 8 PME rassemblées pour plus d'impact sur le terrain

Annabelle Verdurme, Déléguée générale de la SEED Foundation



Les producteurs de la filière "légumes propres" à Maputo, Mozambique © ESSOR

“ SEED Foundation a été créée en 2009 à l'initiative d'Alain Barbier, directeur général de Pierson Export, PME qui travaille quotidiennement avec l'Afrique. Ne souhaitant pas limiter ses échanges avec le continent africain à des relations économiques, il a mobilisé son réseau de partenaires donnant ainsi naissance à SEED Foundation, un Fonds de dotation qui a pour mission de soutenir le développement agricole en Afrique.

Ce mécénat collectif combine les moyens financiers et les compétences des 8 PME fondatrices pour avoir un impact plus fort et plus durable sur le terrain. Rassembler les PME autour de SEED Foundation resserre les liens entre ces entreprises et valorise leurs valeurs éthiques et leur engagement social auprès de leurs salariés et de leurs partenaires commerciaux.

En 2015, le budget de SEED Foundation de 100.000 €* a permis de soutenir 6 projets tandis que les salariés des PME ont été impliqués dans ses activités comme par exemple par la visite d'un projet de maraîchage responsable au Mozambique.

* Montant provisoire (comptes 2015 validés en juin 2016) ”

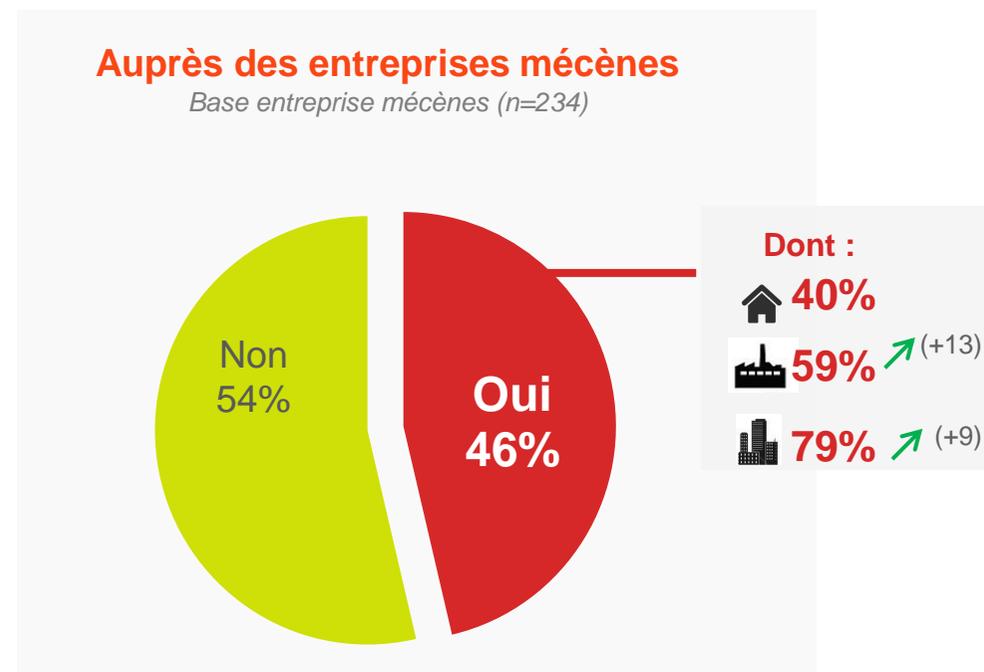
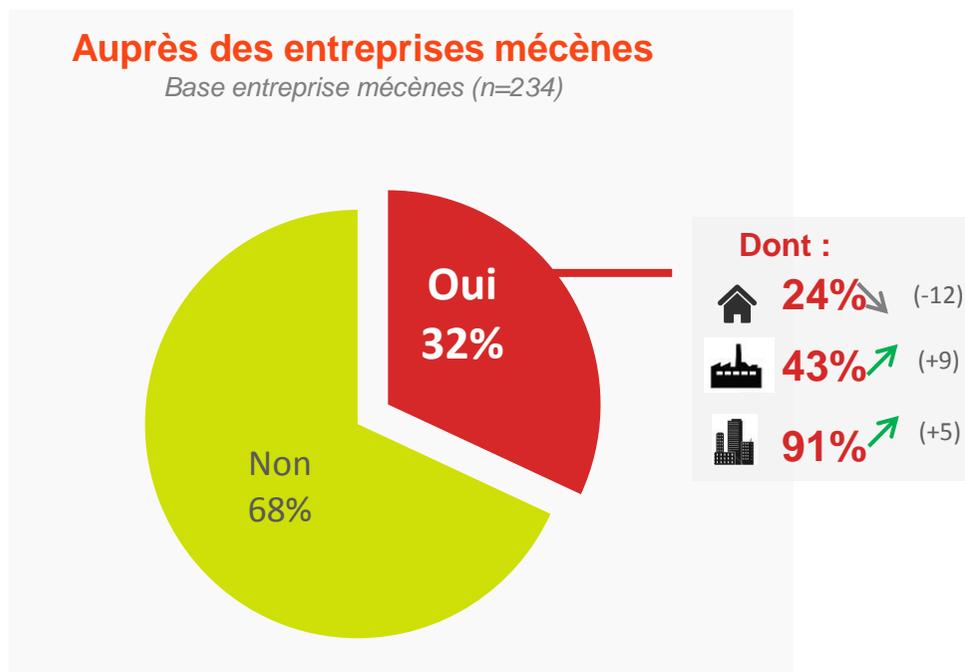
Des entreprises mécènes engagées sur tous les terrains

Votre entreprise a-t-elle formalisé une politique de développement durable, RSE ou engagement sociétal ?

Au global, 16% des entreprises ont formalisé une politique de développement durable, RSE ou engagement sociétal dont :

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de sponsoring ?

Au global, 25% des entreprises mènent des actions de sponsoring dont :



Le mécénat s'inscrit généralement dans une politique globale d'engagement de l'entreprise. Les entreprises mécènes sont plus nombreuses à être aussi engagées dans une démarche RSE / développement durable. De la même façon, le sponsoring est un mode de partenariat plus utilisé par les entreprises mécènes que par les non-mécènes.

Le *crowdfunding* est une pratique encore peu répandue même si le potentiel ne semble pas négligeable

Avez-vous déjà soutenu ou envisagé de soutenir des projets via une plateforme de crowdfunding (via une plateforme externe ou votre propre plateforme) ?

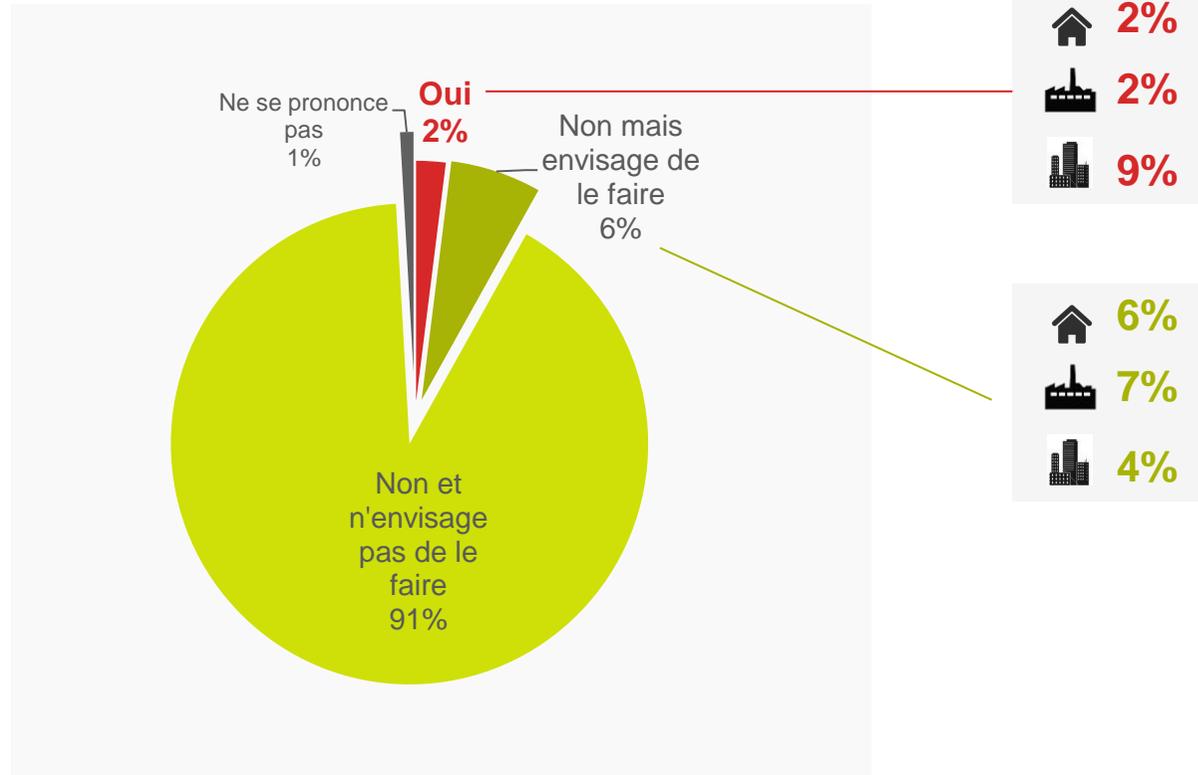


Base ensemble (n= 1003)

Au global, 2% des entreprises ont déjà soutenu des projets via une plateforme de crowdfunding



Le *crowdfunding* ou financement participatif est une pratique émergente. Praticé par 2% des entreprises, il est voué à se développer puisque 6% des entreprises interrogées envisagent de soutenir des projets via une plateforme dans les années à venir. Les entreprises peuvent soutenir des projets via une plateforme existante ou choisir de créer leur propre plateforme.



Les Petites Pierres, une plateforme participative créée par la fondation Somfy pour lutter contre le mal logement

Vincent Defrasne, Directeur de la fondation d'entreprise Somfy



“ La plateforme participative Les Petites Pierres a pour objectif de soutenir les associations qui œuvrent au quotidien pour améliorer les conditions de vie des personnes mal logées.

Enjeu majeur de société, la lutte contre le mal logement, menée par de nombreuses associations, nécessite de trouver toujours plus de soutien pour mener à bien de nombreuses initiatives. En créant lespetitespierres.org, la Fondation Somfy mobilise la puissance du *crowdfunding* solidaire pour initier un élan de générosité ouvert à tous.

C'est pour soutenir ces initiatives locales concrètes que Les Petites Pierres permettent aux internautes d'exprimer leur générosité. La plateforme, créée et gérée par la Fondation Somfy, est à disposition des associations, et fédère des communautés de donateurs.

Chacun peut ainsi soutenir le projet de son choix, et voir son don doublé par Les petites pierres et les entreprises partenaires. Donateurs et mécènes œuvrent ensemble pour agir plus efficacement.

Depuis Novembre 2013, plus de 750 000 euros ont permis de financer 57 projets d'intérêt général grâce à la contribution de plus de 2700 donateurs et des entreprises partenaires.

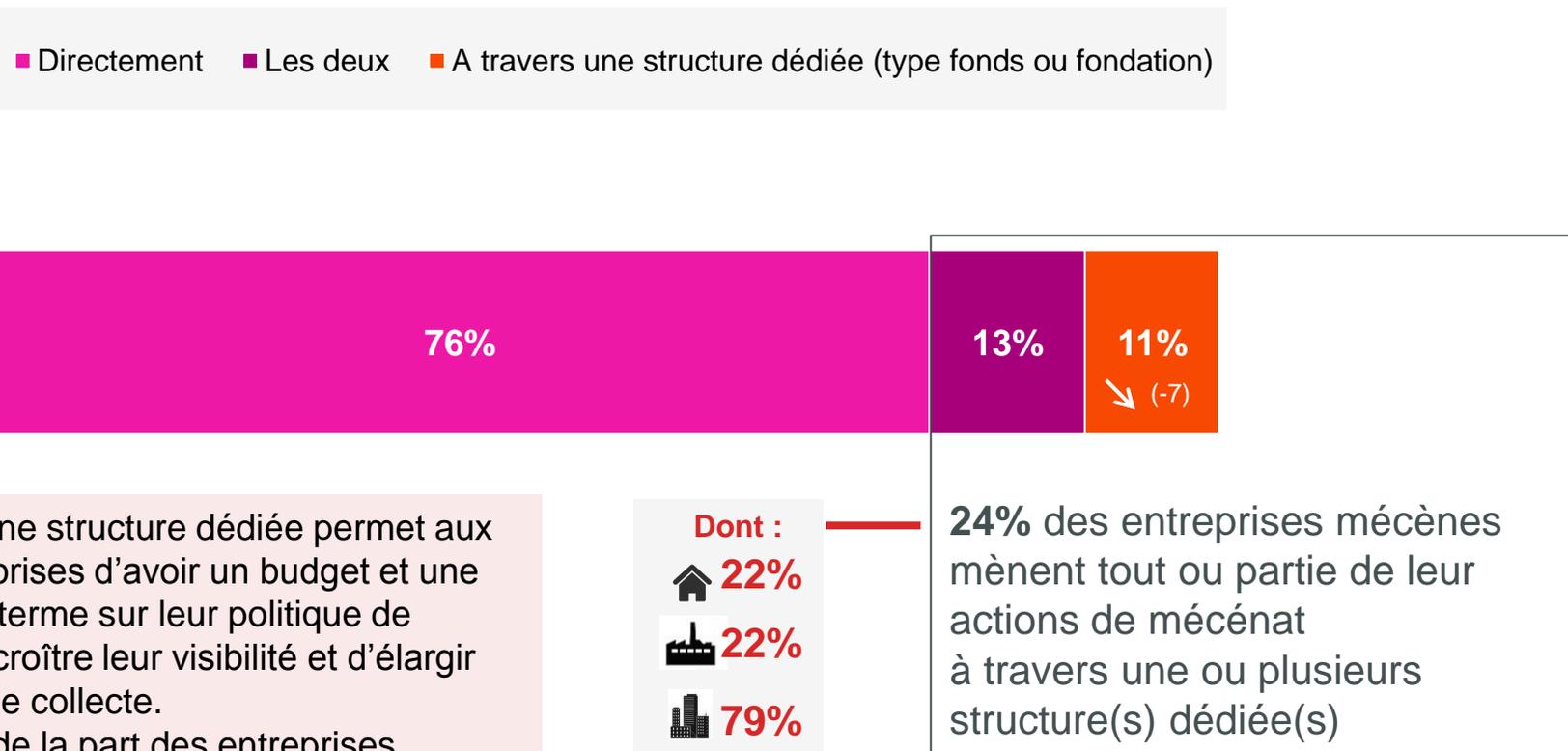
En 2015, la Fondation Somfy a alloué un budget de 170 000 euros pour abonder les dons des internautes et a également participé aux frais de maintenance et de perfectionnement du site internet www.lespetitespierres.org. ”

Le recours à une structure dédiée est une pratique peu courante, surtout utilisée par les grandes entreprises

Votre entreprise exerce-t-elle son mécénat directement ou à travers une structure dédiée ... ?

Une seule réponse possible

Base entreprises mécènes (n=234)



Le recours à une structure dédiée permet aux grandes entreprises d'avoir un budget et une vision de long terme sur leur politique de mécénat, d'accroître leur visibilité et d'élargir leur capacité de collecte.

La diminution de la part des entreprises mécènes disposant d'une structure dédiée est liée au nombre important de nouvelles entreprises mécènes.

Le Groupe Crédit Agricole : un mécénat multiple

Xavier Amouroux, Responsable Marque, Communication Corporate et Mécénat de Crédit Agricole S.A.

Noëlle Dautzenberg, Déléguée générale de la Fondation du Crédit Agricole-Pays de France

Sophie Etchegoyen, Responsable Communication mutualiste, événementielle et partenariats de la Fédération Nationale du Crédit Agricole

Cathy Rouy, Déléguée générale de la Fondation Crédit Agricole Solidarité et Développement



“ Au sein d’un groupe coopératif comme le Crédit Agricole, l’utilité aux territoires est un principe et une réalité depuis plus de 120 ans. A ce titre, le mécénat occupe une place particulière et associe tous les acteurs du groupe. Dans le cadre de sa politique de mécénat, le Crédit Agricole s’engage en faveur de grandes causes qui sont dans son ADN : la solidarité et la culture.

Pionnier dans le monde du mécénat, le Crédit Agricole figure parmi les toutes premières entreprises ayant créé une fondation reconnue d’utilité publique : la Fondation du Crédit Agricole – Pays de France. Née en 1979 pour contribuer à la vitalité du tissu économique et social des régions par le mécénat patrimonial, elle a déjà soutenu plus de 1200 projets, avec les Caisses régionales, en versant plus de 36 millions d’euros de subventions.

A l’international, le Crédit Agricole a créé en 2008 la Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation afin de combattre la pauvreté avec les armes du microcrédit et du « social business ». Elle est née de l’initiative conjointe du Crédit Agricole et de la Grameen Bank fondée par Muhammad Yunus, pionnier de la microfinance et Prix Nobel de la Paix 2006. Cette Fondation accompagne à long terme des institutions de microfinance et des entreprises de social business dans les pays en développement.

Plus récemment, la Fondation Crédit Agricole Solidarité et Développement, également reconnue d’utilité publique a été créée pour contribuer à l’autonomie socio-économique des personnes en couvrant les domaines de l’insertion sociale, l’insertion économique et professionnelle, le logement et la santé et le vieillissement.

La singularité du mécénat au sein du groupe Crédit Agricole tient surtout à la combinaison des nombreuses actions des 39 caisses régionales, chacune actrice et mécène incontournable sur leurs territoires. Elles ont parfois leur propre fondation d’entreprise et interviennent auprès d’une multitude d’associations et d’acteurs locaux.

Avec plus de 17 000 actions soutenues et 30 millions d’euros versés chaque année, le Groupe Crédit Agricole est parmi les premiers mécènes de France. ”

Un recours à la réduction fiscale plus répandu...

Pour ses actions de mécénat, votre entreprise bénéficie-t-elle de la réduction d'impôt de 60% du montant des dons, dans le cadre de la loi du 1er août 2003 sur le mécénat (la réduction d'impôt signifie que votre entreprise retire 60% de la valeur des dons du montant de son impôt à payer) ? *

Base entreprises mécènes (n=234)



Les PME sont plus nombreuses à bénéficier de la réduction d'impôt. La démocratisation du « sujet » mécénat en région favorise l'information des PME sur les avantages fiscaux et leur utilisation du dispositif.

Néanmoins, ce dispositif reste tout de même moins utilisé par les petites entreprises.



55% \uparrow (+10)
des entreprises mécènes
bénéficient de la réduction
d'impôt pour tout ou partie
de leurs dons



Différentes manières de faire du mécénat

TPE, PME et ETI / Grandes entreprises : différentes manières de faire du mécénat

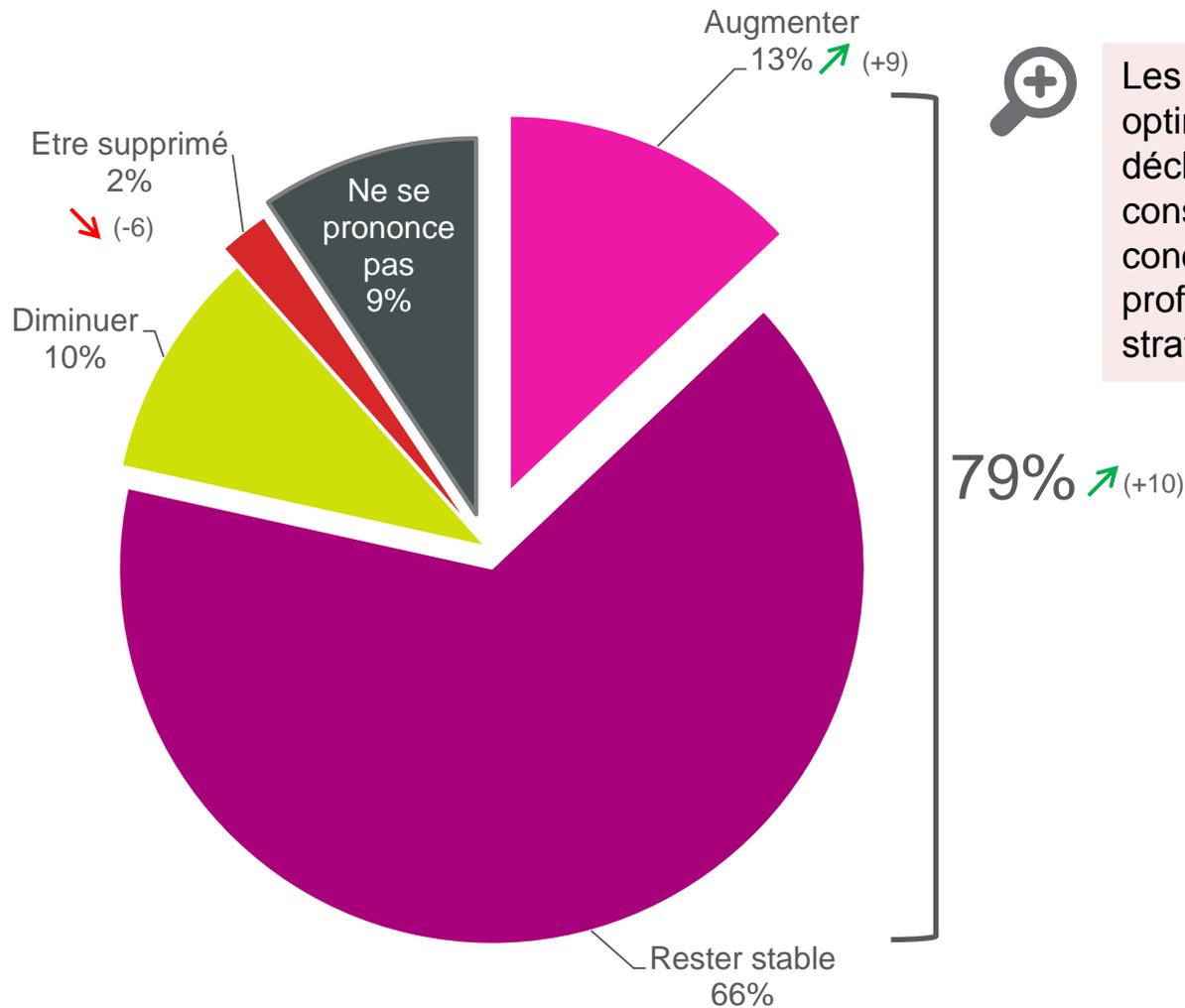
	TPE mécènes	PME mécènes	ETI / Grandes entreprises mécènes
Contribution	<ul style="list-style-type: none"> - Majoritaires parmi les mécènes : 72% des entreprises mécènes - Les moins contributrices : 11% du budget mécénat. 	<ul style="list-style-type: none"> - 25% des entreprises mécènes - 29% du budget 	<ul style="list-style-type: none"> - Minoritaires parmi les mécènes : 3% des entreprises mécènes - Les plus contributrices : 60% du budget du mécénat
Domaines d'intervention	<ul style="list-style-type: none"> Sport (50%) Social (25%) Culture (17%) et santé (17%) 1,5 domaines soutenus en moyenne 	<ul style="list-style-type: none"> Sport (42%) Culture / Patrimoine (40%) Social (28%) 1,9 domaines soutenus en moyenne 	<ul style="list-style-type: none"> Culture / Patrimoine (70%) Education (57%) Social (52%) 5 domaines soutenus en moyenne
Politique de mécénat	<ul style="list-style-type: none"> - Un soutien local avant tout (83%) - Mécénat financier (74%) et en nature (31%) privilégiés - Structures privées soutenues en majorité (78%) - Une pratique peu répandue de l'évaluation des projets (10%) - Une pratique peu répandue du mécénat collectif (13%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Un soutien local majoritaire (74%) - Mécénat financier (84%) plébiscité - Structures privées soutenues en priorité (94%) - Une pratique peu répandue de l'évaluation des projets (11%) - Une pratique naissante du mécénat collectif (9%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Des territoires d'intervention multiples : local (95%), national (56%) et international (45%) - Mécénat financier privilégié (81%), mécénat en nature (47%) et en compétences (28%) complémentaires - Soutiens adressés aux structures privées (93%) mais aussi aux structures publiques (54%) - Une pratique plutôt répandue de l'évaluation des projets (49%) - Une pratique plus développée du mécénat collectif (43%)

Les perspectives 2016-2018 pour le mécénat d'entreprise

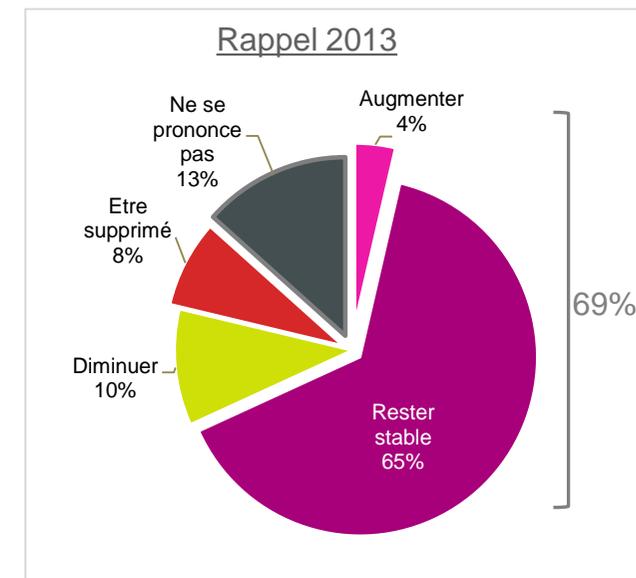
Hypothèse : un budget consacré au mécénat qui devrait davantage progresser à deux ans

Dans les deux ans à venir pensez-vous que le budget de votre entreprise consacré au mécénat va... ?

Base entreprises mécènes (n=234)



Les perspectives du mécénat d'entreprise sont très optimistes. Près de 80% des entreprises mécènes déclarent vouloir stabiliser ou augmenter le budget qu'elles consacrent au mécénat dans les deux ans à venir. Elles conçoivent leur engagement dans la durée et se professionnalisent. Le mécénat fait partie intégrante de la stratégie de l'entreprise.



Focus sur le mécénat culturel / patrimoine

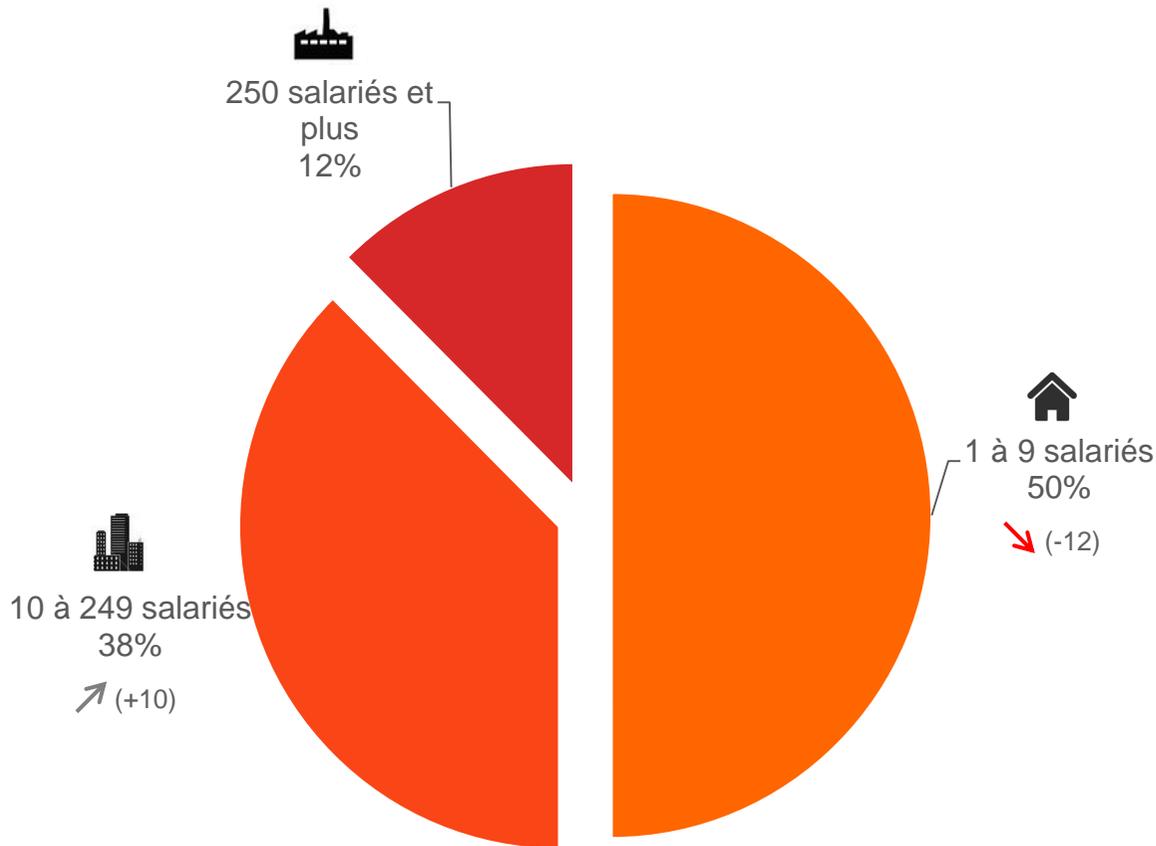
Module réalisé en partenariat avec le ministère de la Culture et
de la Communication

Ce qu'il faut retenir...

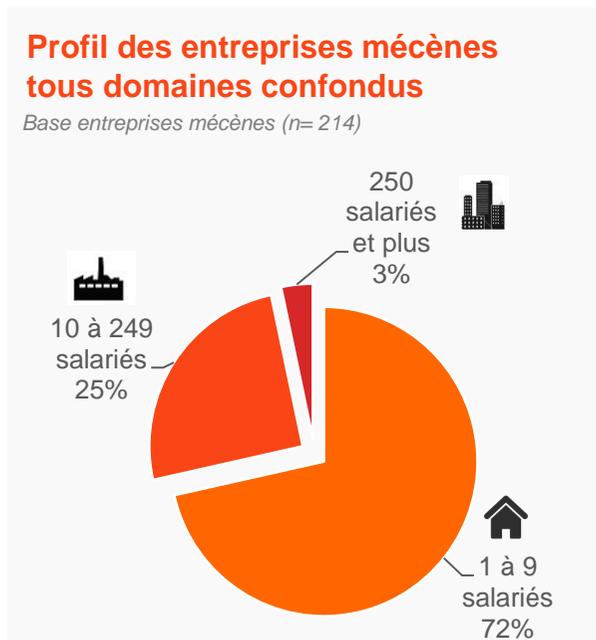
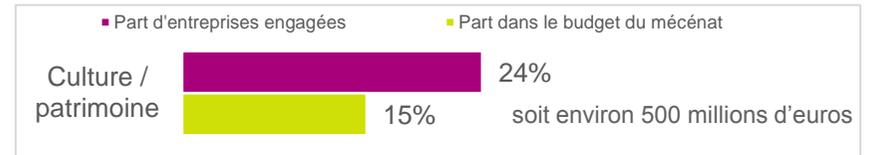
- Le mécénat culturel est à nouveau en légère hausse : il attire 24% des entreprises mécènes et représente 15% du budget global du mécénat. Il est particulièrement prisé par les ETI/GE mécènes : 70% d'entre elles soutiennent la culture.
- Parmi les actions du mécénat culturel, les entreprises favorisent largement les actions de **relais et de soutien à la culture**.
- Les 3 sous-domaines les plus dotés sont la **préservation du patrimoine bâti et paysager**, la **musique** et les **musées / expositions**.

PME et ETI/GE représentent la moitié des entreprises mécènes dans le domaine de la culture

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



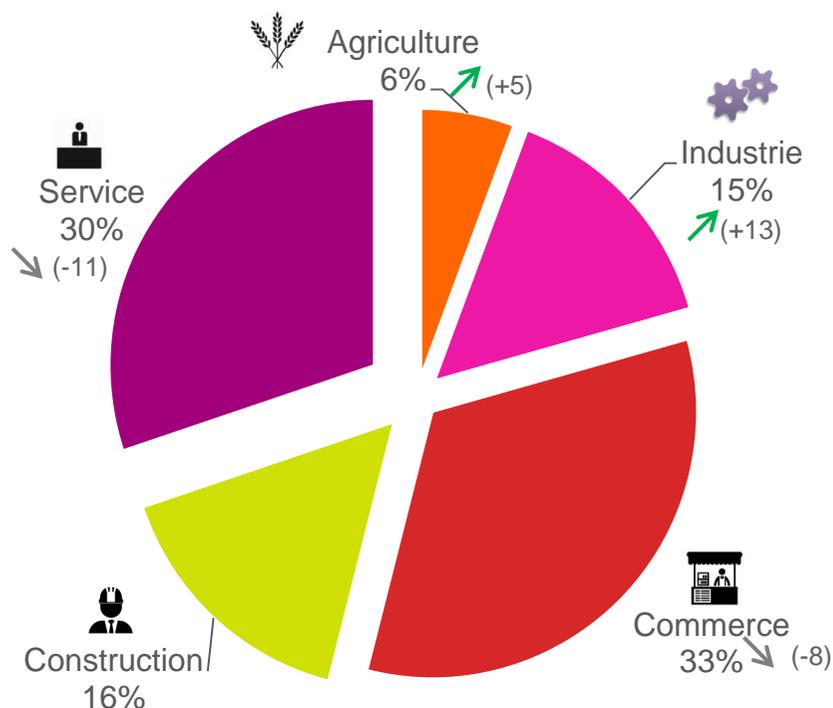
Rappel :



On constate une baisse du mécénat culturel des TPE (- 12%) et en parallèle une hausse de celui des PME (+ 10%). Cette tendance avait déjà été enregistrée en 2014 et s'est accentuée depuis.

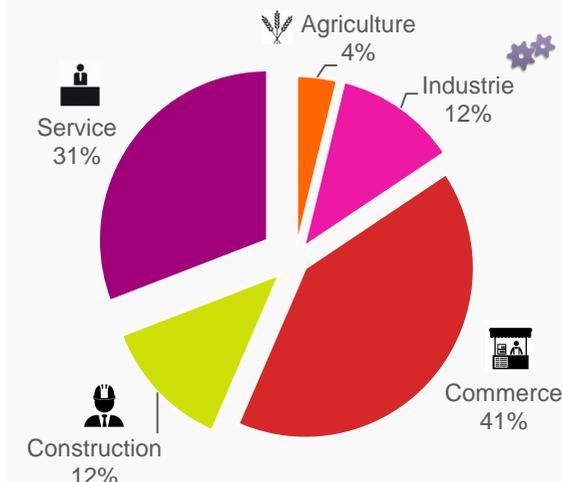
Une répartition par secteur proche du profil des entreprises mécènes tous secteurs confondus

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



Profil des entreprises mécènes tous domaines confondus

Base entreprises mécènes (n= 214)



La répartition par secteur d'activité du profil des entreprises mécènes de la culture coïncide avec le profil des entreprises mécènes tous domaines confondus. De plus, un rééquilibrage a lieu dans le domaine culturel puisque les entreprises mécènes des secteurs de l'agriculture et de l'industrie augmentent (+ 18%) tandis que celles des secteurs du service et du commerce baissent (- 19%).

Ces chiffres démontrent une correspondance entre les entreprises mécènes du domaine culturel et le tissu économique français.

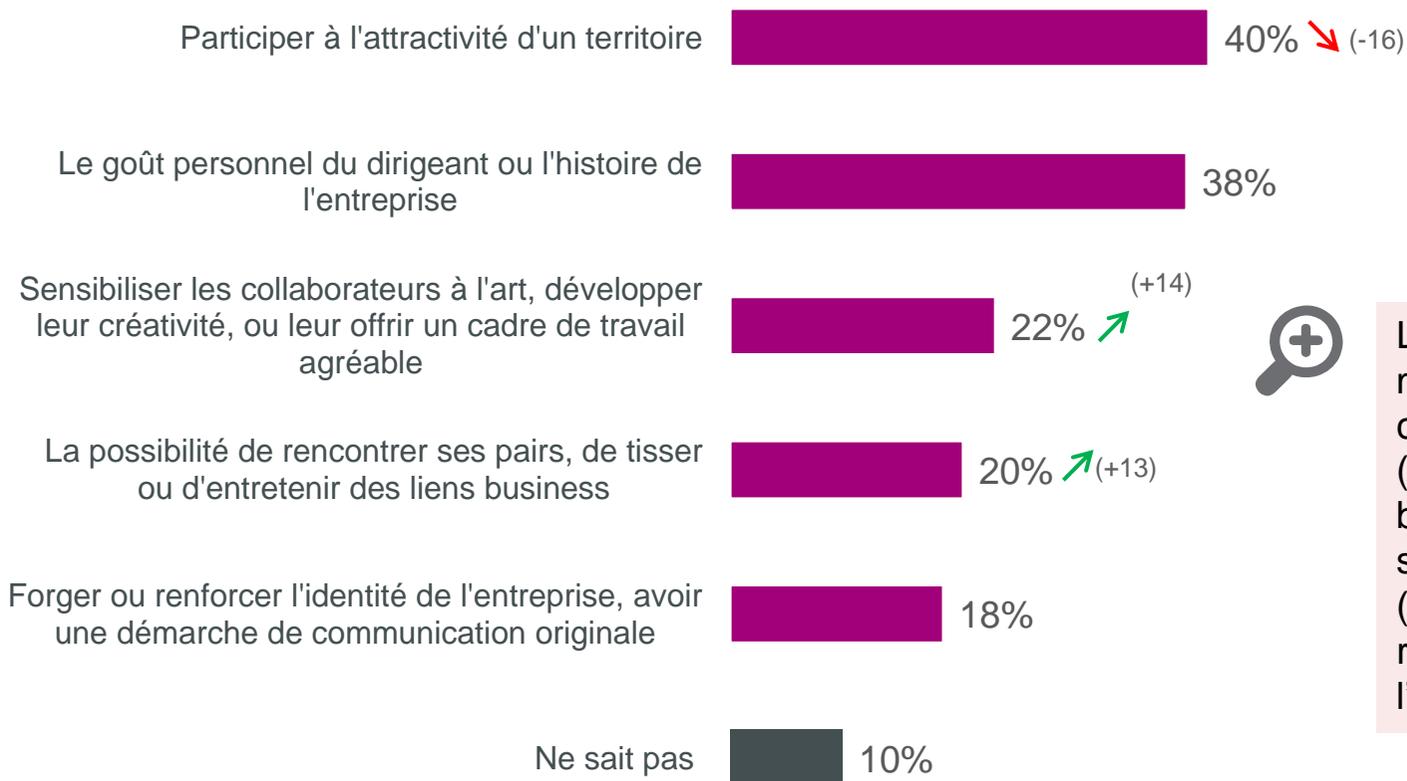
Enfin, le secteur d'activité de l'entreprise influence peu la décision de faire du mécénat.

Un choix de plus en plus guidé par la volonté de sensibiliser le personnel et développer les relations publiques

Qu'est-ce qui attire en priorité votre entreprise vers le mécénat culturel plutôt qu'un autre domaine de mécénat ?

2 réponses possibles

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



Le choix de faire du mécénat est majoritairement guidé par la volonté de contribuer à l'attractivité d'un territoire (40%). Pour autant, cette volonté est en baisse (-16%) au profit d'une sensibilisation à la culture en interne (22 %) et d'un développement des relations publiques par le tissage ou l'entretien des liens business (20%).

Les collaborateurs, véritables parties prenantes du mécénat culturel de la Société Générale



“ L’engagement de Société Générale dans le mécénat culturel remonte à plus de trente ans.

Les salariés de tous les pays découvrent la Collection Société Générale au cours des nombreux événements. Cette relation se nourrit des interactions organisées en collaboration avec des acteurs du monde artistique, depuis les accrochages thématiques conçus par des commissaires invités, jusqu’aux conférences proposées trois fois par an. La relation se prolonge sur le réseau social *SG Communities*, où 1200 salariés se sont inscrits comme amis de la Collection.

Le Mécénat musical est largement ouvert sur les collaborateurs de Société Générale. Une trentaine de concerts, donnés par les musiciens et formations soutenus, sont organisés chaque année dans les auditoriums de La Défense, et de Val de Fontenay. Les espaces du siège accueillent aussi des séances de répétition et rencontres musicales associant professionnels et amateurs. Via le réseau social *SG Communities* ainsi qu’une billetterie interne, les collaborateurs bénéficient d’un accès privilégié à de nombreux concerts et événements musicaux en France et à l’international.

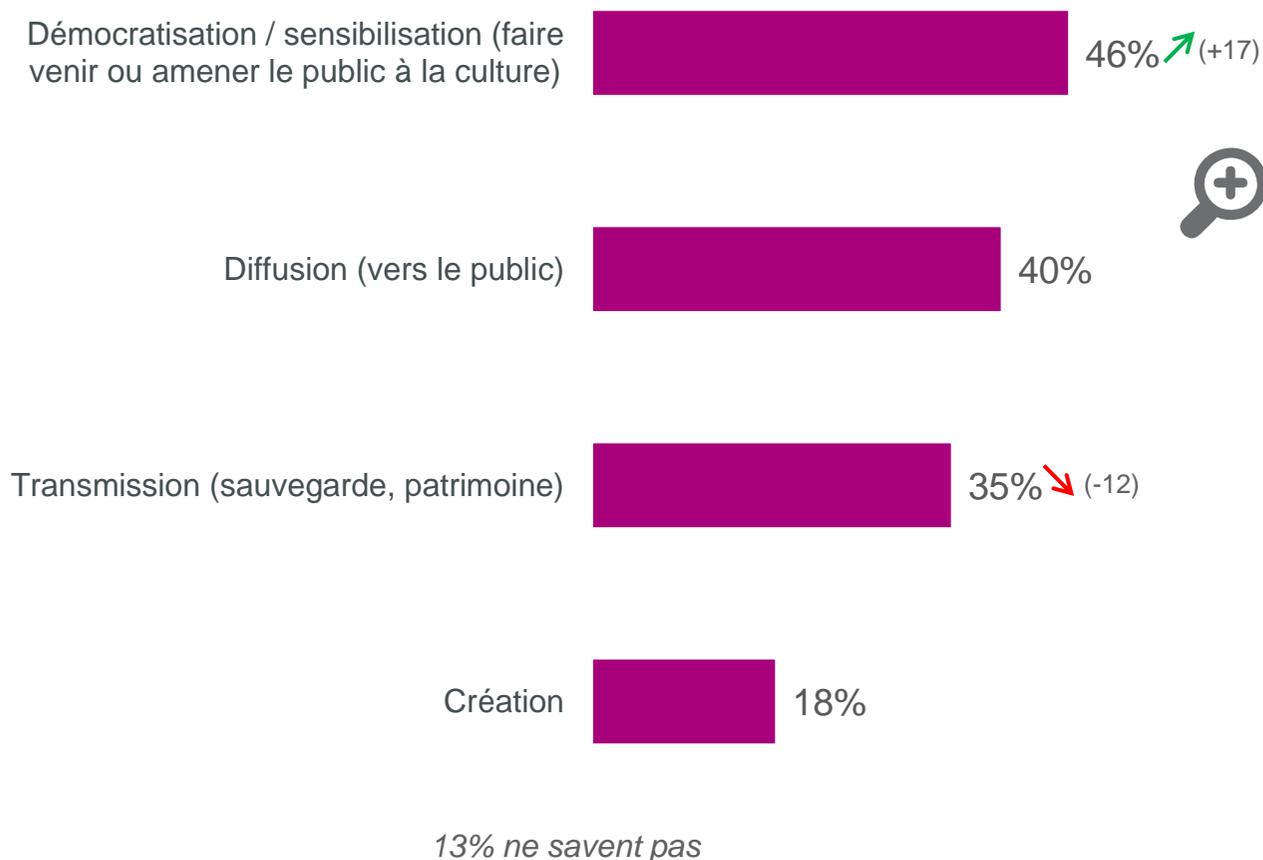
Playing for Philharmonie de Paris est une formation symphonique inédite. Un ensemble musical qui réunit des collaborateurs, en France et à l’étranger, qui tout au long de la saison répètent avec des musiciens de l’orchestre Les Siècles et des chefs de chœur. La saison se clôture par des concerts à la Philharmonie de Paris, dirigés par un des chefs les plus talentueux de sa génération, François-Xavier Roth, fondateur des Siècles. ”

Un mécénat polymorphe qui vise d'abord la démocratisation, la diffusion et la transmission

Dans le domaine du mécénat culturel, en faveur de quelle(s) grande(s) action(s) votre entreprise s'engage-t-elle ?

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



Les entreprises ont tendance à s'engager en faveur des actions de démocratisation (46%). Ce chiffre s'explique notamment par le contexte économique et social actuel et l'influence de la RSE.

Démocratisation et soutien à la création : le Prix pour la Sculpture de la MAIF

Fabrice Badreau, Responsable des Partenariats d'image, du Mécénat et du Sponsoring de la MAIF



© MAIF

“ LA MAIF, qui milite pour une société plus collaborative, soutient notamment des projets qui favorisent l'accès à l'éducation pour tous et le partage de la connaissance, et particulièrement à destination de publics défavorisés.

Sur le champ du mécénat culturel, son action vise à rendre accessible l'art au plus grand nombre. Outre son soutien à des établissements ou événements culturels majeurs (RMN-Grand Palais, Jazz In Marciac...), elle promeut la création artistique contemporaine via le Prix MAIF pour la Sculpture.

Ce Prix permet à un artiste émergent de réaliser une première œuvre en bronze. Le lauréat bénéficie d'un accompagnement technique et pédagogique de la part d'une fonderie d'art. Le deuxième exemplaire de l'œuvre fondue, revenant à la MAIF, est ensuite exposé dans ses locaux pour être visible des salariés et du grand public. ”

La préservation du patrimoine et la musique, les deux domaines les plus investis dans le mécénat culturel

Dans le mécénat culturel, dans quel(s) sous-domaine(s) votre entreprise s'engage-t-elle en priorité ?
En 2015, dans votre budget mécénat culturel, quel est le pourcentage consacré à chacun de ces sous-domaines ?

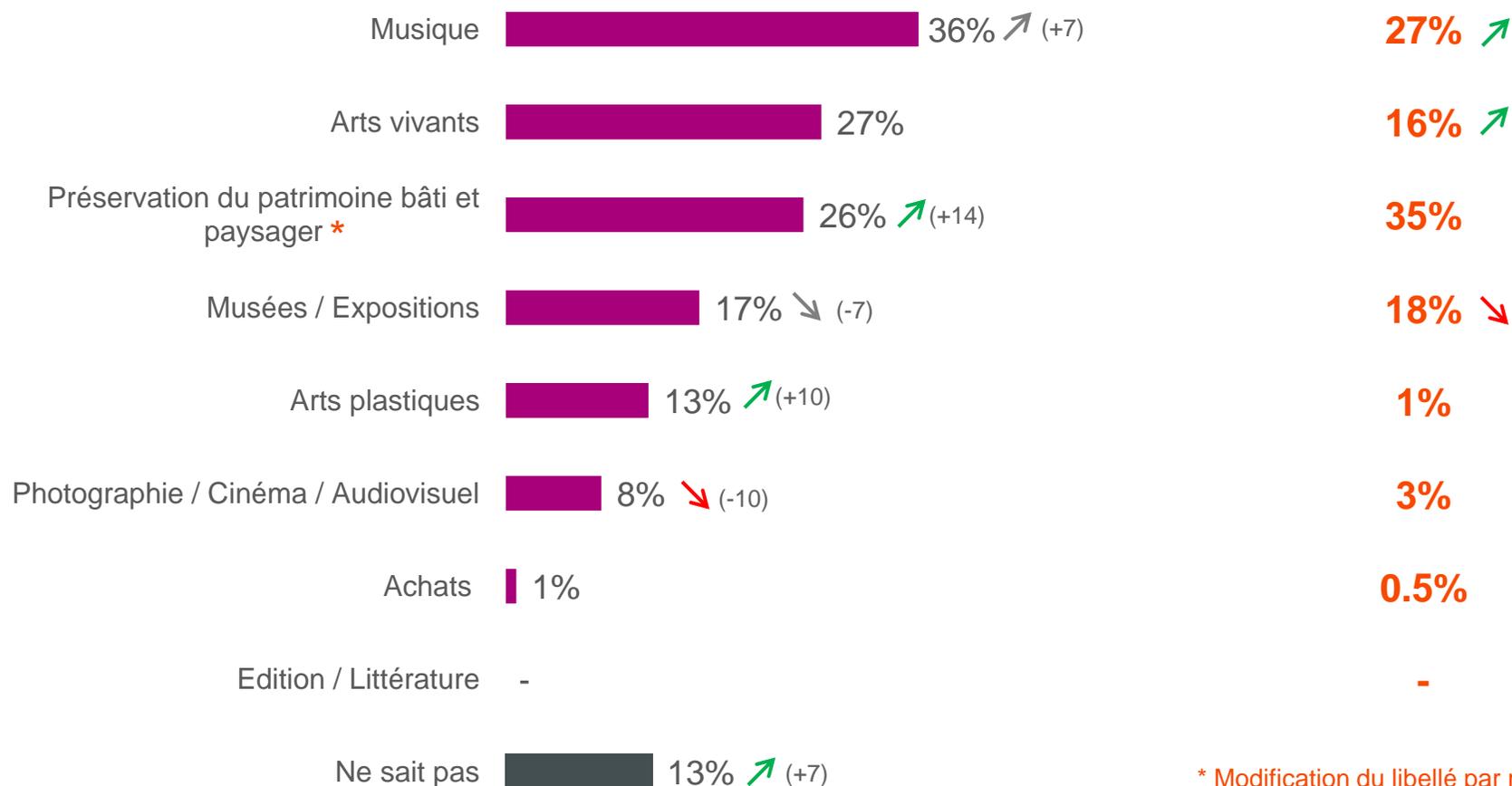
2 réponses possibles

Part d'entreprises mécènes engagées

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)

Part dans le budget culturel

Base entreprises mécènes engagées dans le sous domaine



* Modification du libellé par rapport à la vague précédente : évolutions à interpréter avec prudence

Focus sur les sous-domaines d'intervention

La musique (36%), les arts vivants (27%) et la préservation du patrimoine (26%) sont les sous-domaines qui mobilisent le plus les mécènes de la culture. Les musées / expositions arrivent en 4^e position avec 17% des entreprises mécènes.

La préservation du patrimoine, les musées et la musique sont les sous-domaines les plus dotés du mécénat culturel. Ces 3 sous-domaines représentent 80% du budget du mécénat culturel.



S'agissant de la part dans le budget culturel des entreprises, le patrimoine arrive en tête (35%) alors même qu'il est le troisième domaine investi dans le mécénat culturel. Ce phénomène s'explique par les montants importants nécessaires à la préservation du patrimoine bâti et paysager.



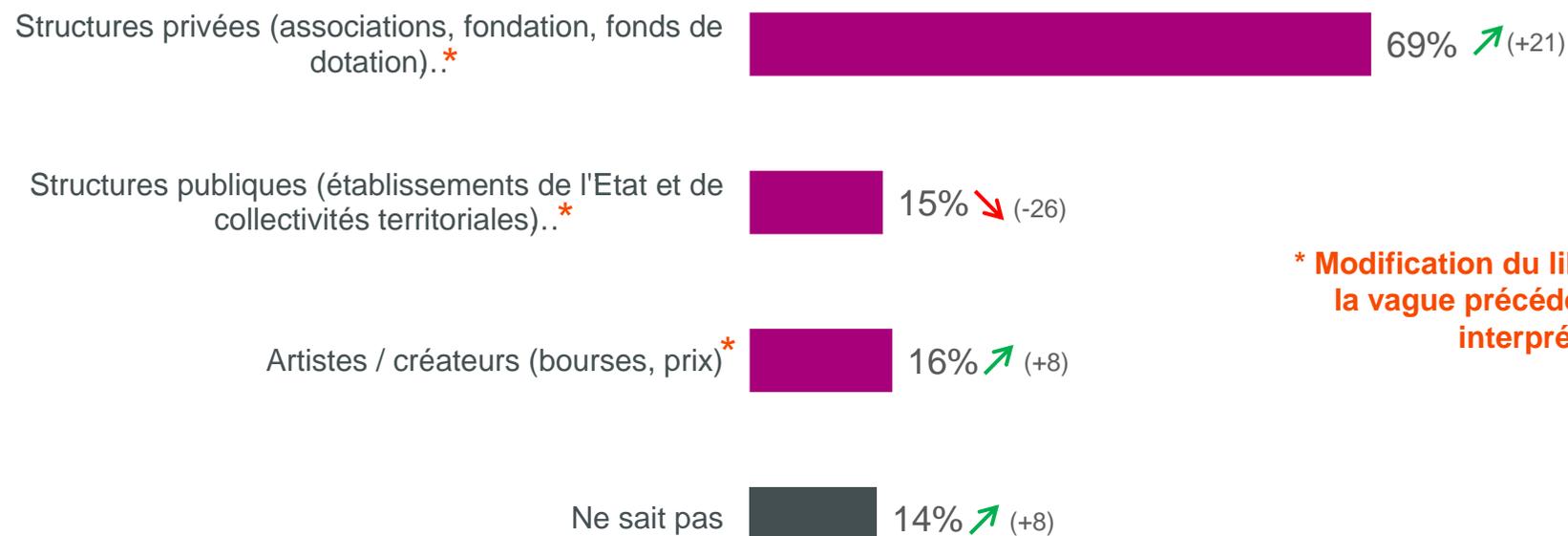
La hausse significative du nombre d'entreprises engagées dans la préservation du patrimoine est à considérer avec précaution. En effet, le libellé a été précisé par rapport aux éditions précédentes. On parle désormais du patrimoine bâti et paysager, et non plus du patrimoine bâti uniquement.

Un soutien qui s'exerce particulièrement auprès des structures privées

Quel(s) type(s) de structure(s) votre entreprise soutient-elle majoritairement ?

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



* Modification du libellé par rapport à la vague précédente : évolutions à interpréter avec prudence

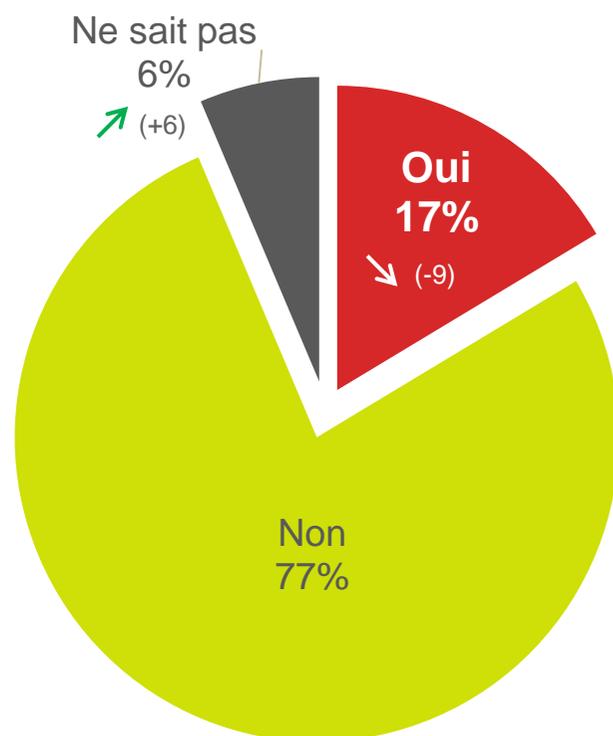


Les structures privées bénéficient très largement du soutien des entreprises (69%) alors que les structures publiques arrivent en deuxième position (15%) et ont vu leur part baisser.

Un sponsoring culturel en baisse

Votre entreprise met-elle en place des actions de parrainage / sponsoring culturel ?

Base entreprises mécènes dans le domaine de la culture (n=100)



Rappel :

46% des entreprises mécènes (tous domaines confondus) font également du sponsoring



Parmi les entreprises déjà mécènes, 17 % d'entre elles pratiquent le sponsoring culturel.

La baisse du sponsoring culturel est à mettre en regard de l'augmentation du mécénat en faveur de ce domaine.

Focus sur le mécénat environnemental et biodiversité *

Module réalisé en partenariat avec le ministère de
l'Environnement, de l'Energie et de la Mer

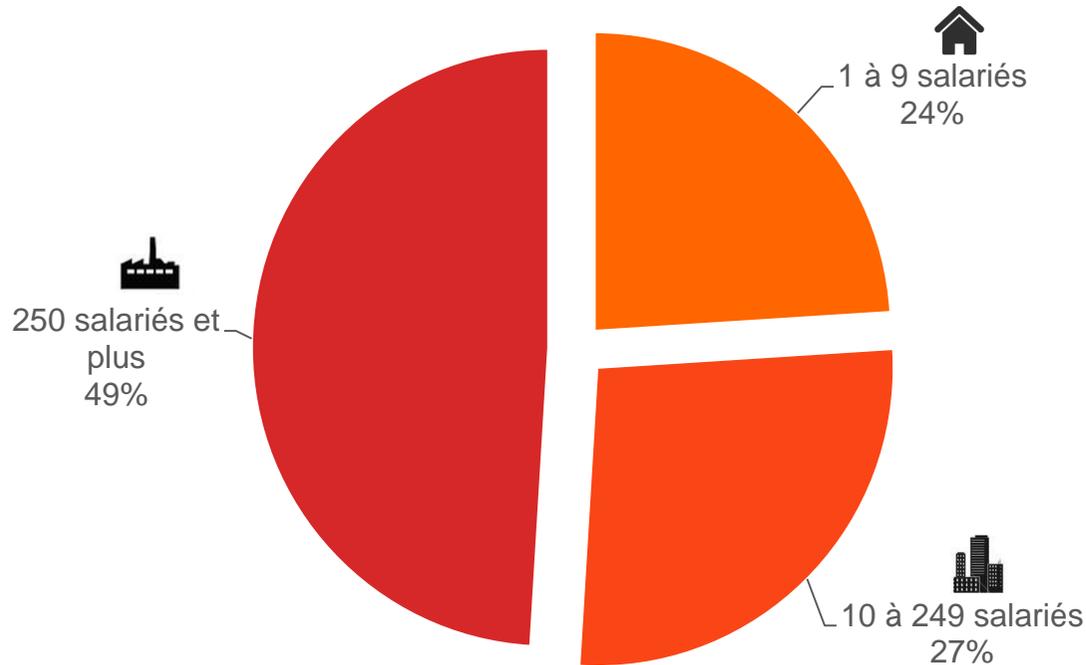
* En 2015, le mécénat environnemental était défini par l'item
« Environnement et biodiversité » (lors de la précédente vague,
l'item était « Environnement (développement durable) »

Ce qu'il faut retenir...

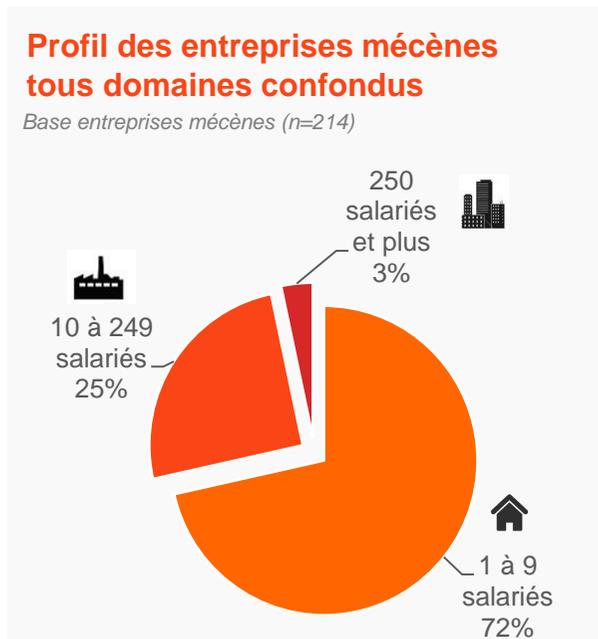
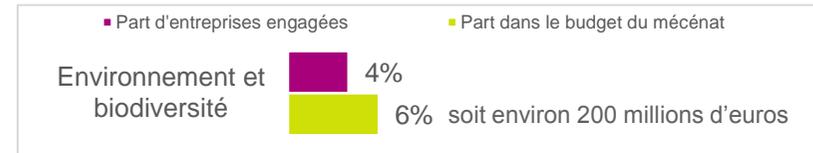
- Le budget consacré au mécénat environnemental est en légère hausse, il représente 6% du budget global du mécénat. Il est particulièrement soutenu par les ETI/GE mécènes : 24% d'entre elles soutiennent l'environnement et la biodiversité.
- Le mécénat environnemental représente souvent un **engagement de long terme** : 66% des entreprises mécènes de l'environnement le sont depuis plus de 4 ans et 53% mènent des actions de suivi et d'évaluation.
- Parmi les sous-domaines du mécénat environnemental, les entreprises favorisent les actions de **protection et de restauration des espaces naturels**, et les actions en faveur de la **biodiversité**.

La moitié des entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement sont des ETI/GE

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)



Rappel :



Les entreprises mécènes de l'environnement sont majoritairement des ETI/GE (49%). La part des TPE (24%) a nettement augmenté par rapport à l'édition précédente (+14 points), ces dernières investissent davantage un domaine prisé des ETI/GE qui l'ont traditionnellement lié à leurs politiques de RSE et de développement durable.

Ekibio, une PME engagée en faveur de l'environnement

Didier PERREOL, Président Fondateur d'EKIBIO

© Ekibio



“ Le groupe EKIBIO propose des produits à marques, de qualité, 100% bio et écologiques auprès des magasins spécialisés en France et en Europe. Il se donne ainsi comme vocation de développer et de promouvoir les produits issus de l'agriculture biologique. La nature des activités du groupe et sa présence sur d'autres continents s'accompagnent de responsabilités spécifiques dans les domaines économique, social et environnemental inscrites dans la durée.

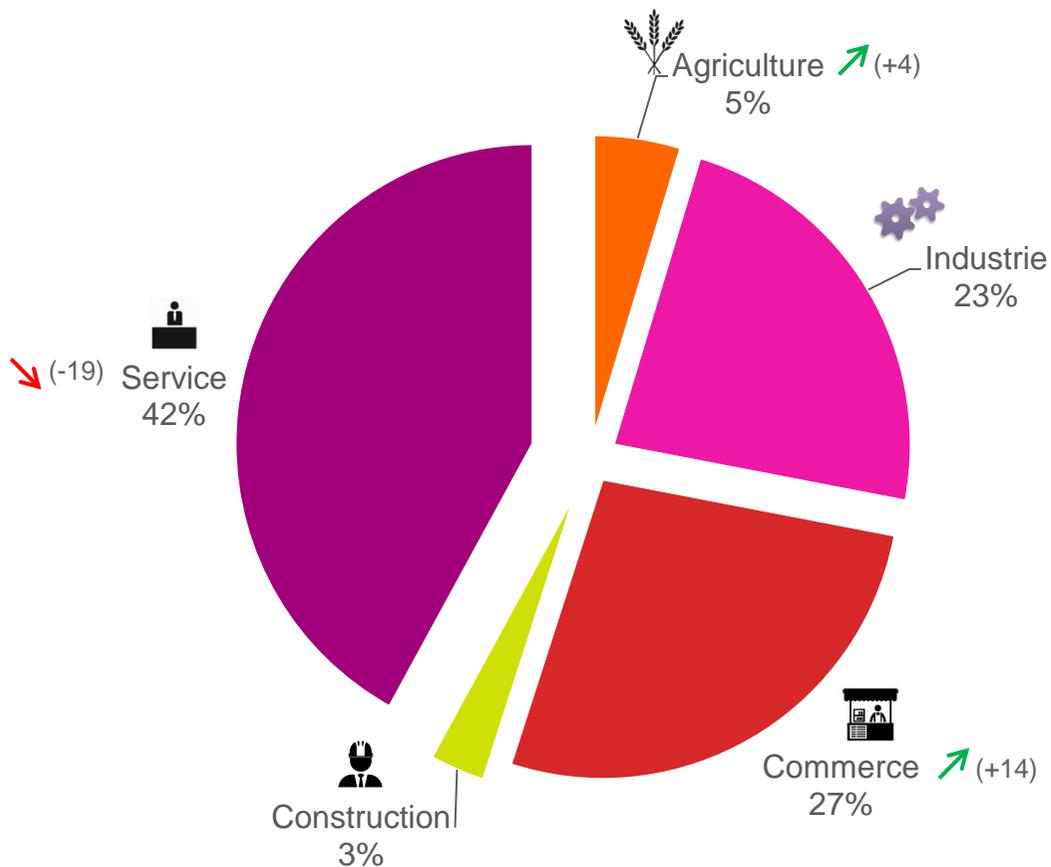
Depuis 2008, EKIBIO est engagé auprès de Bolivia Inti – Sud Soleil. 1% des achats de la graine de quinoa sont versés par EKIBIO pour le financement de cuiseurs solaires en Bolivie, diffusé par le partenaire local de BISS, Inti Illimani.

Le programme vise à améliorer les conditions de vie des populations locales en assurant leur autonomie énergétique à travers la diffusion de cuiseurs solaires. La diffusion s'accompagne de sessions de sensibilisation à la protection de l'environnement et de formation au séchage des aliments au cuiseur. Le projet permet également de poursuivre le processus d'autonomisation du partenaire local de Bolivia Inti sud Soleil, Inti Illimani, par le renforcement des capacités locales. Ce programme permet d'assurer le suivi carbone du projet par la réalisation d'enquêtes de vérification des réductions d'émissions de CO2 générées par le projet.

Depuis 2008, 2 973 cuiseurs solaires ont été diffusés auprès de 15 000 bénéficiaires.”

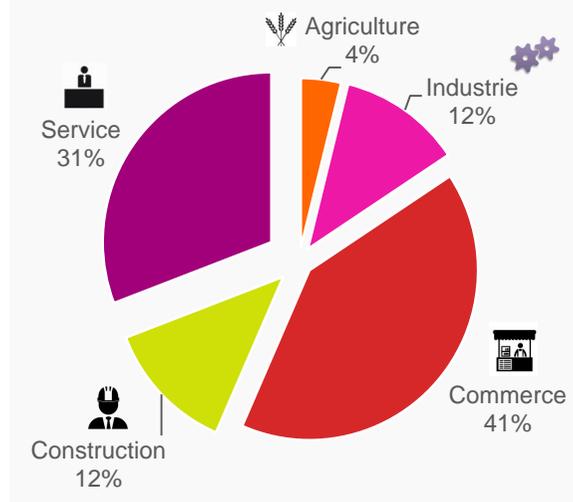
L'environnement : un domaine particulièrement investi par les entreprises de services

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)



Profil des entreprises mécènes tous domaines confondus

Base entreprises mécènes (n=214)



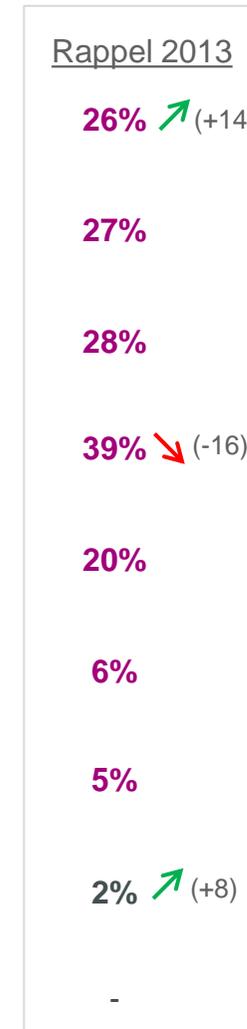
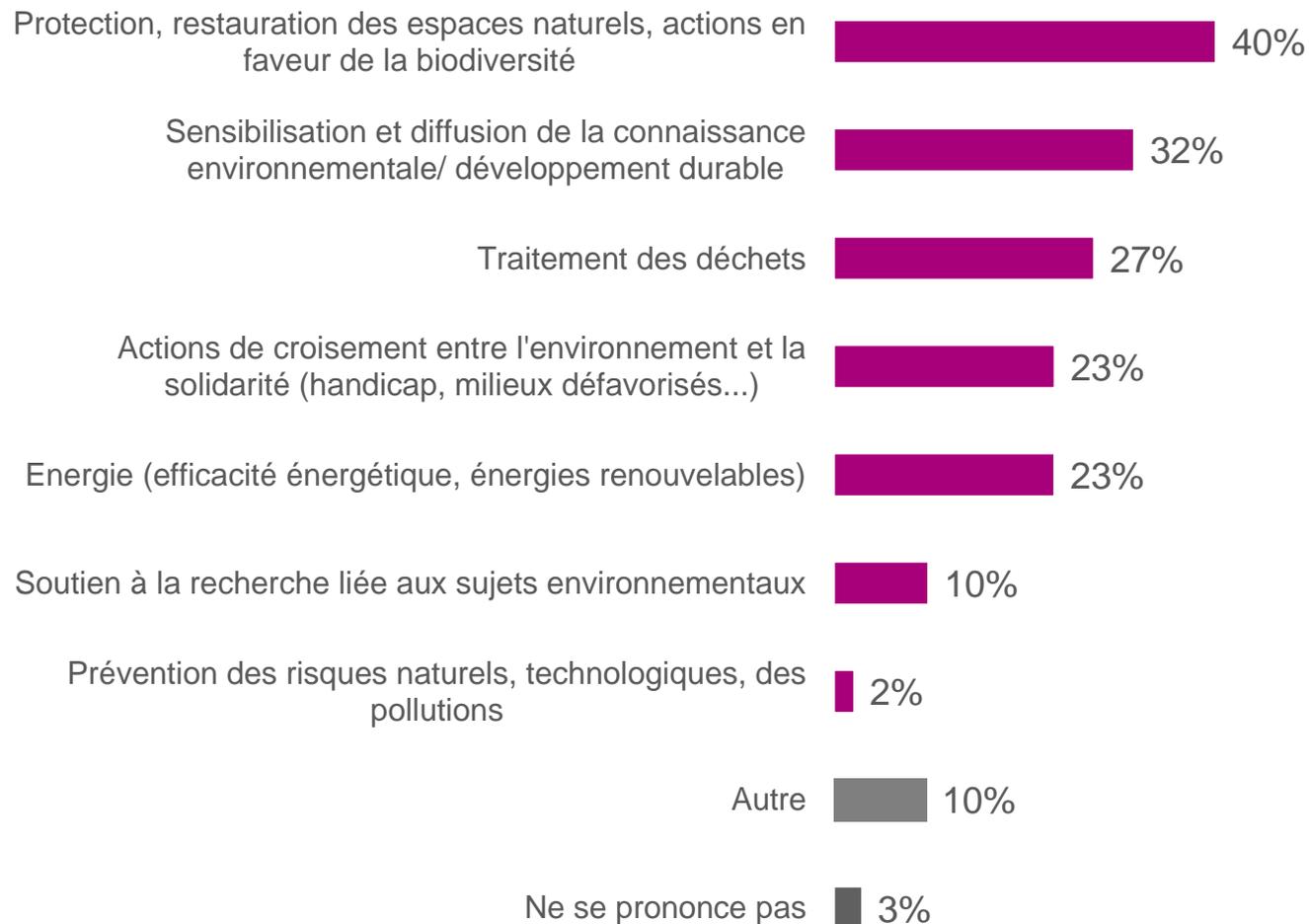
Les entreprises de service (42%) et de l'industrie (23%) occupent une place très importante parmi les entreprises mécènes de l'environnement.

L'accent mis sur les actions de protection et de restauration en 2015

Dans le mécénat en faveur de l'environnement et de la biodiversité, dans quel(s) sous-domaine(s) votre entreprise s'engage-t-elle en priorité en 2015 ?

2 réponses possibles

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)



Focus sur les sous-domaines d'intervention

Le mécénat environnemental est un mécénat multiple, les entreprises privilégient souvent plusieurs types d'actions, ce qui explique qu'il n'y ait pas de hiérarchie très nette entre les sous-domaines.

La protection et la restauration des espaces naturels (40%) , la sensibilisation au développement durable (32%) et le traitement des déchets (27%) sont les sous-domaines qui mobilisent le plus les mécènes de l'environnement. Les actions liées à l'énergie (23 %) et les actions croisées entre l'environnement et la solidarité (23%) suivent de près le trio de tête.



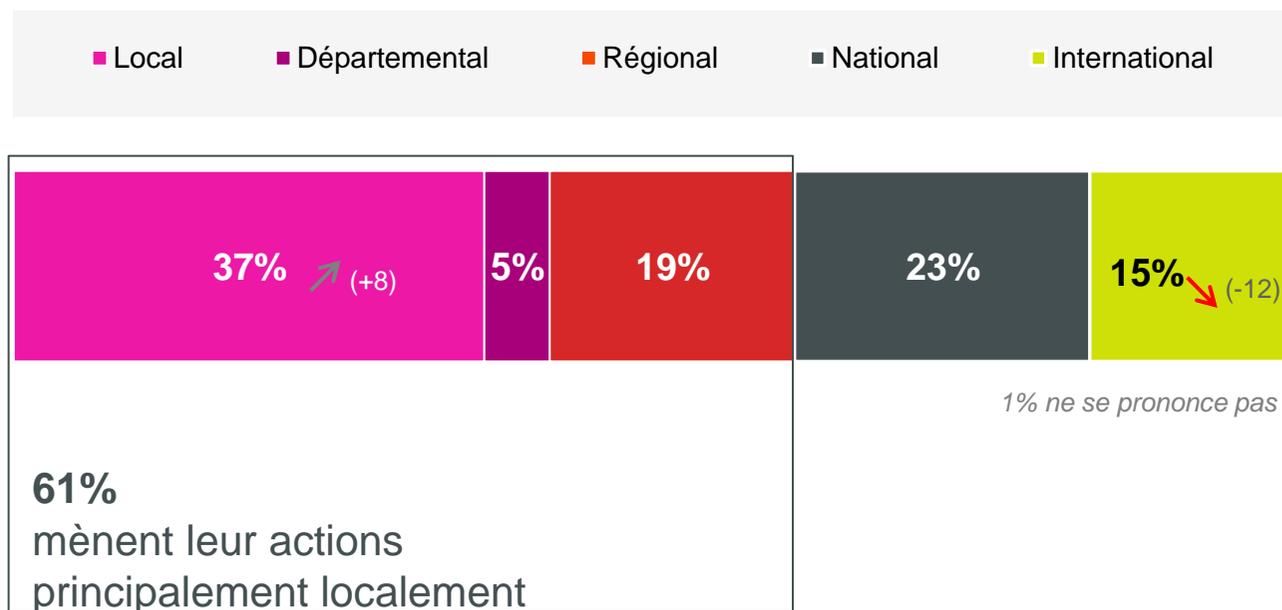
Les projets de protection et de restauration des espaces naturels et des actions en faveur de la biodiversité ont nettement bénéficié des effets d'actualité liés à la COP21 (+14 points par rapport à l'édition précédente). Les ETI/GE sont de plus en plus nombreuses à privilégier les actions en faveur de la biodiversité car il est facile de valoriser ce type d'actions auprès du grand public et des actionnaires.

Un mécénat qui concerne majoritairement des projets de proximité (local, départemental ou régional)

Quel est le périmètre géographique dominant des projets soutenus par votre entreprise dans le domaine de l'environnement et de la biodiversité ?

Une seule réponse possible

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)



Le recentrage des actions de mécénat environnemental menées à l'échelle locale va de pair avec la thématique de la résilience des territoires qui prend de plus en plus d'ampleur et sur laquelle les acteurs économiques sont très sollicités.

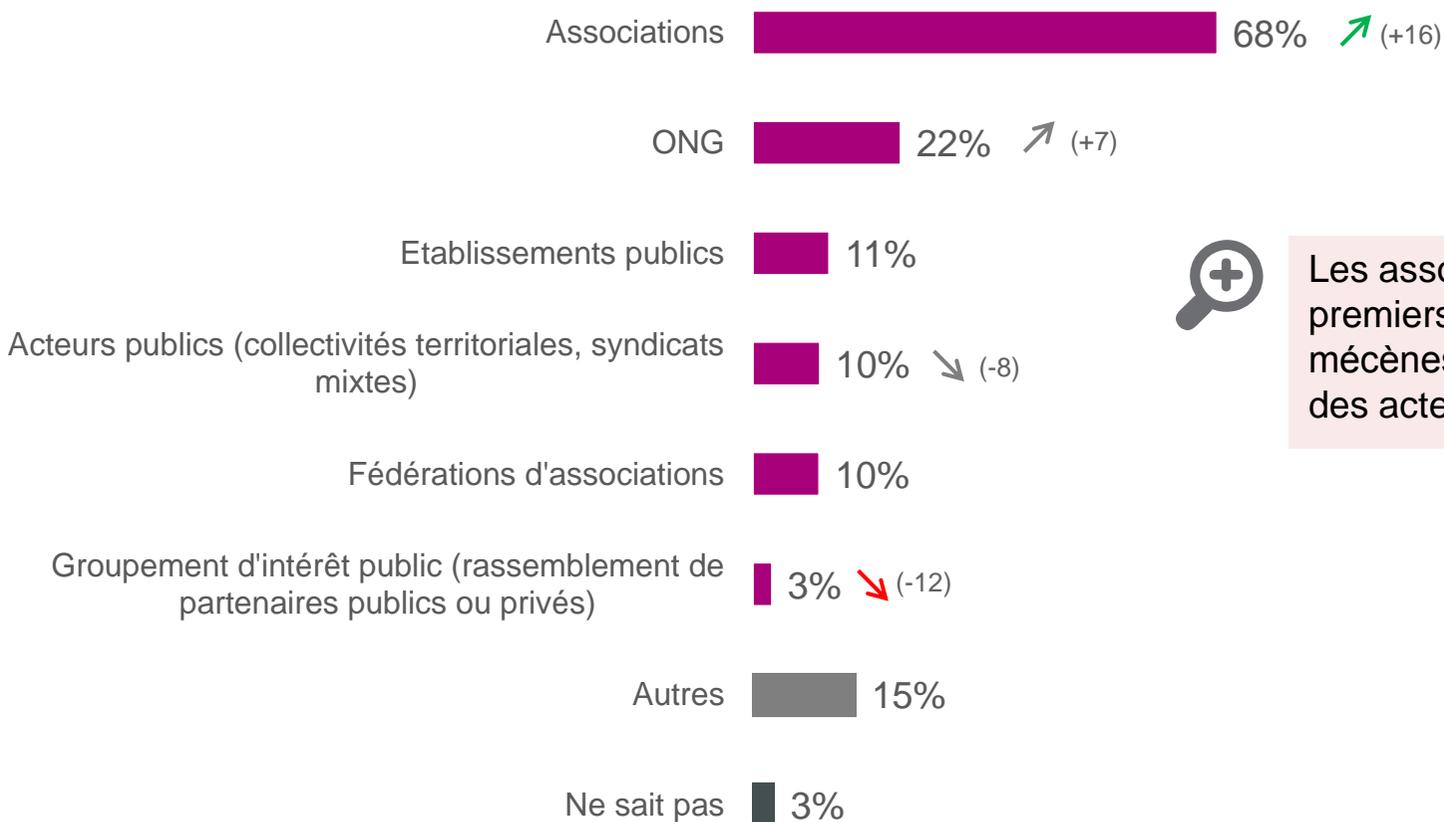
Cela explique la baisse de la part des actions menées à l'international, alors même que les dons à l'international en faveur de l'environnement ont été « légalisés ».

Les associations, principales bénéficiaires de l'engagement des entreprises dans le mécénat environnemental

En 2015, quels types de structures votre entreprise a-t-elle soutenue majoritairement dans le domaine de l'environnement et de la biodiversité ?

2 réponses possibles

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)

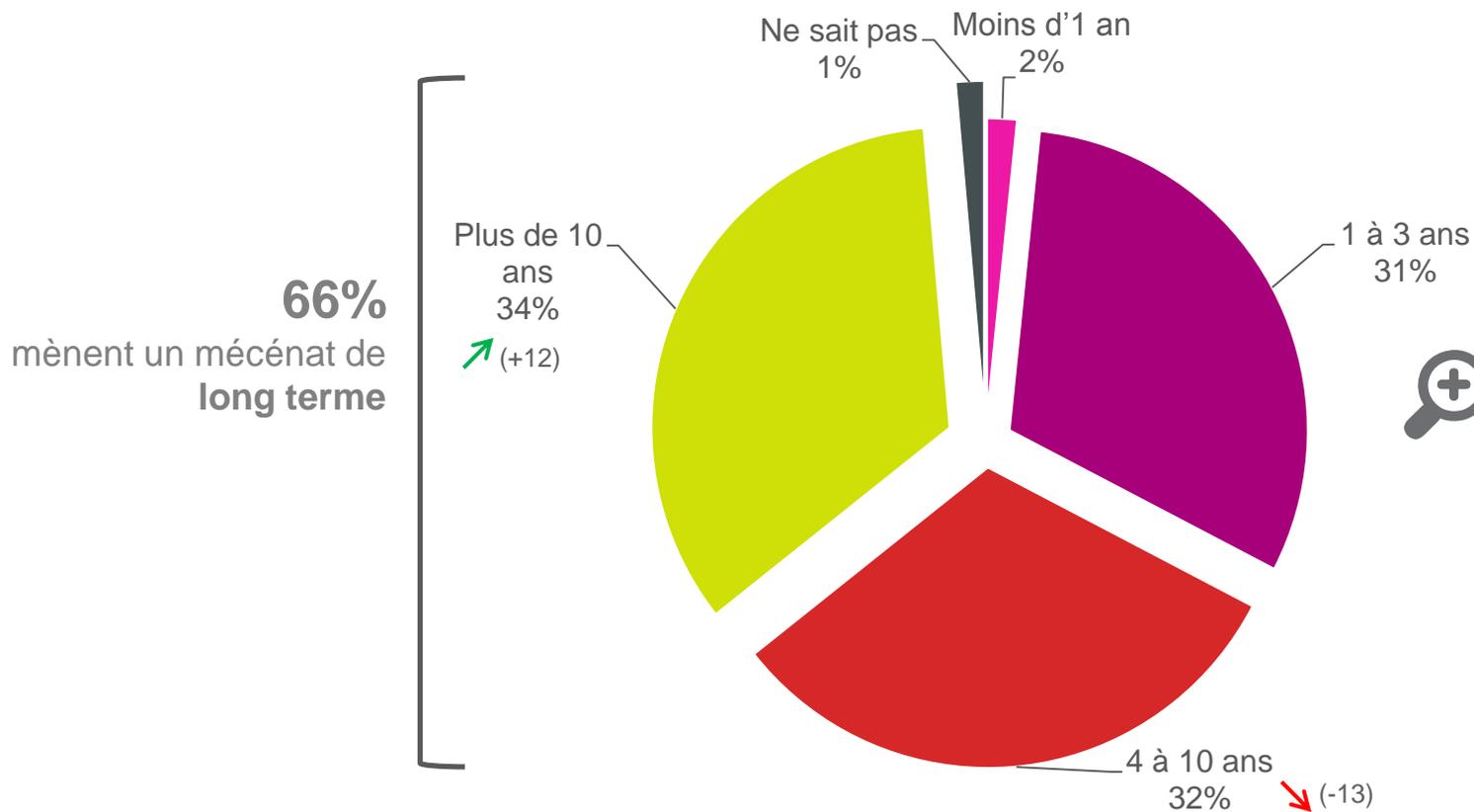


Les associations et les ONG sont toujours les premiers acteurs soutenus par les entreprises mécènes de l'environnement, au détriment des acteurs publics.

Un engagement de long terme

Depuis combien de temps votre entreprise est-elle engagée dans son mécénat environnemental ?

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)



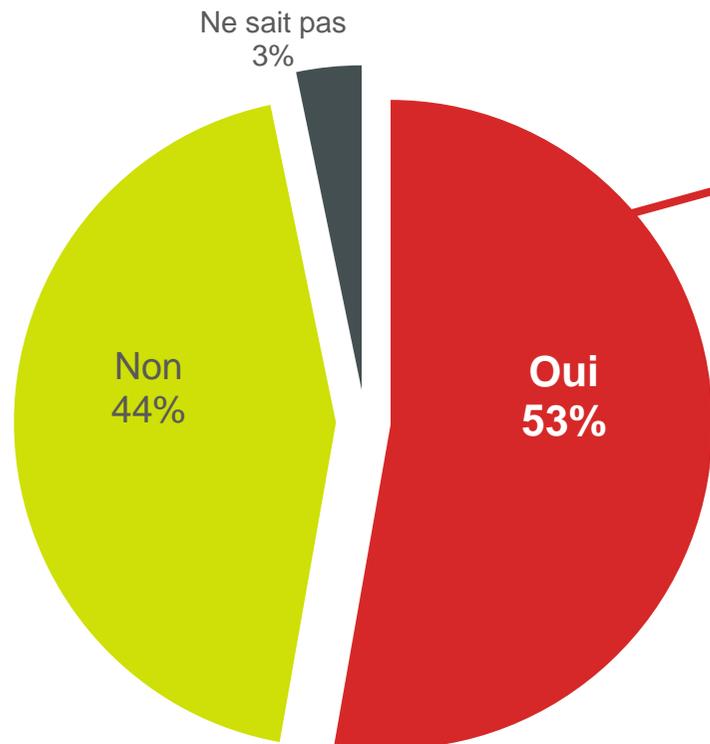
66% des entreprises mécènes de l'environnement sont engagées en faveur de ce domaine depuis plus de 4 ans. Cet engagement de long terme est majoritairement la pratique des ETI/GE qui, en parallèle de ces démarches de mécénat, ont développé des politiques de développement durable à partir des obligations réglementaires liées à la RSE.

Dans ce domaine, une entreprise mécène sur deux a cherché à mesurer l'impact de ses actions

Votre entreprise a-t-elle formalisé une démarche pour mesurer l'impact de ses actions de mécénat :

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes dans le domaine de l'environnement (n=100)



33% auprès des **structures soutenues**
31% auprès des **bénéficiaires finaux** des actions soutenues
21% auprès des **collaborateurs**
8% auprès des **clients**



53% des entreprises mécènes de l'environnement ont formalisé une démarche pour mesurer l'impact de leurs actions de mécénat, ce qui témoigne d'une professionnalisation des acteurs, tant du côté des mécènes que des bénéficiaires. Ces dernières cherchent surtout à mesurer l'impact de leurs actions auprès de leurs parties prenantes externes (structures soutenues et bénéficiaires finaux), plutôt qu'en interne.

La mesure d'impact du mécénat environnemental de la Fondation BNP Paribas

Sylvain Taboni, chargé de mission à la fondation BNP Paribas



Déploiement d'instrument sur l'île Bylot au Canada, Juillet 2013 © Florent Dominé (TAKUVIK, Université Laval/CNRS).

“ Depuis 2010, la Fondation BNP Paribas développe Climate Initiative, un programme de soutien à la recherche pour améliorer nos connaissances sur le climat, ses dérèglements et en évaluer les conséquences sur notre environnement. Doté d'un budget de 3 millions d'euros sur trois ans, ce programme de mécénat repose sur un appel à projets et un processus de sélection rigoureux porté par un comité scientifique international composé de personnalités reconnues dans leur domaine de recherche (Philippe Gillet, Joanna Haigh, Jean-Pascal Ypersele, Thomas Stocker, Riccardo Valentini, Corinne Le Quéré). Dans ce cadre, la Fondation BNP Paribas travaille avec ses partenaires à sensibiliser le public aux enjeux environnementaux et développe des actions spécifiques (conférences, campagnes de communication).

L'impact de ce programme est mesuré à deux niveaux :

- **Projet par projet** : pendant la durée de leur partenariat avec la Fondation BNP Paribas, les équipes scientifiques sont invitées à produire un bilan annuel du projet qui décrit les activités mises en œuvre, celles prévues pour l'année à venir (y compris les publications scientifiques) et un budget mis à jour. Il constitue l'outil principal d'évaluation et de pilotage du projet.
- **Globalement** : les indicateurs retenus sont le nombre de personnes sensibilisées ainsi que le budget de mécénat engagé. Ils font partie des indicateurs sur lesquels une partie de la rémunération des dirigeants de BNP Paribas est indexée. ”