

Le mécénat

Etat des lieux

Au plan national

L'ADMICAL est un club d'entreprises mécènes. Il fédère 170 adhérents représentatifs de la communauté du mécénat. Fondée en 1979 et reconnue d'utilité publique en 1982 ses trois missions : représenter et soutenir les entreprises mécènes, animer un réseau d'échange d'expériences, former et accompagner les acteurs du mécénat.

L'ADMICAL mène tous les 2 ans, via l'Institut CSA, une enquête auprès d'un échantillon représentatif de 751 entreprises de plus de 20 salariés. Il en ressort en 2008 que l'ensemble du mécénat de l'entreprise :

- s'élève à **2,5 milliards d'euros**
- 23% des firmes (> 20 salariés) soit près de 30 000 entreprises pratiquent le mécénat
- 73% des mécènes sont des petites entreprises de 20 à 99 salariés
- 63% du budget émane des entreprises de plus de 200 salariés et plus
- 64% du budget provient du secteur des services,
- 47 % des entreprises agissent dans le domaine de la solidarité avec 32 % du budget
- **36 % des entreprises soutiennent la culture avec 39% du budget**
- 33% des entreprises choisissent le mécénat en nature
- 45 % des entreprises de plus de 200 salariés et plus pratiquent le mécénat de compétences
- 54 % des entreprises mécènes déclarent bénéficier de la réduction d'impôt
- tous les domaines de l'intérêt général - de la culture à la solidarité en passant par l'environnement, la recherche ou le sport - bénéficient de la générosité des sociétés.
- **les formes d'intervention se diversifient de plus en plus**, outre les investissements financiers : le mécénat en nature et le mécénat de compétences se confirment.

Il faut souligner la présence, de plus en plus significative, des petites structures qui malgré des moyens modestes sont efficaces notamment via des actions collectives.

Le nombre de créations de **fondations** atteste également de l'ampleur du phénomène : en 2008 on compte 290 fondations créées par des entreprises (pour 120 en 2003).

Une tendance se confirme celle du mécénat croisé. De fait les entreprises mécènes sont largement mues par un engagement de solidarité qui nourrit les autres domaines, notamment le sport considéré comme un vecteur de cohésion sociale ou la culture comme d'ouverture et d'épanouissement. En termes de budget les mêmes tendances se poursuivent : culture 39% et solidarité 32% prédominent en comptant plus des 2/3 des montants.

Au-delà de l'avantage fiscal et de la légitime valorisation de l'image le mécénat s'inscrit bien dans un engagement durable et partagé pour le bien commun dans la stratégie des entreprises.

Au plan régional

Jean-Marie Lang, correspondant Admical pour la région Alsace a coordonné l'enquête réalisée avec le club CIMESS (Carrefour Inter mécénat en économie sociale et solidaire), initiateur d'un mécénat croisé innovant (*article paru dans entreprise et mécénat janvier - février 2009, enquête Cimess 2008 – 400 entreprises alsaciennes de + de 20 salariés*)

Formes de mécénat pratiquées

68,7%	MÉCÉNAT FINANCIER
42,2%	MÉCÉNAT EN NATURE
14,5%	MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Domaines d'intervention des actions de mécénat en 2007

SOLIDARITÉ	50,6%
SPORT	37,3%
CULTURE	26,5%
AUTRES	12%
ENVIRONNEMENT	8,4%

RECHERCHE

3,6%

Pratique du mécénat un peu supérieure à la moyenne

- près de 21% des entreprises ont déjà mené une ou plusieurs actions de mécénat (contre ± 18% en Rhône-Alpes et 16% en Haute-Garonne)
- près de 29% des entreprises ont mené une ou plusieurs actions de parrainage

La notion d'intérêt général, l'implication à titre personnel et le don de son temps au sein d'associations font partie de la culture alsacienne. Près de **21 % des entreprises alsaciennes soutiennent des actions relevant de l'intérêt général dans le cadre d'une politique de mécénat**. Cette pratique n'est pas le résultat d'un simple « coup de coeur » mais **s'inscrit** au contraire **dans le long terme** : 73% des entreprises interrogées déclarent mener cette politique depuis plus de 3 ans et 93 % ont l'intention de poursuivre leur action ! (par exemple : fondation Kronembourg (créée en 1996), ou du groupe Electricité de Strasbourg avec son orchestre constitué de membres du personnel, qui rayonne depuis longtemps dans la région et au-delà !

La présence historique en Alsace d'un tissu associatif très dense contribue sans doute à une meilleure sensibilisation des acteurs économiques régionaux, et institue une proximité et une familiarité dans les relations associations/entreprises : 70 % du soutien des entreprises est en effet attribué aux associations. Il existe une certaine disparité entre l'Alsace du sud (CCI de Mulhouse), qui affiche 26,2 % d'entreprises mécènes, et le nord qui n'en compte que 17,8 % (CCI de Strasbourg). Des chiffres difficiles à expliquer : importance des entreprises de 100 salariés et plus, ou des filiales de grandes entreprises, en Alsace sud ? Multiplication de micros-budgets

Mécénat, parrainage, les entreprises alsaciennes font parfaitement la **distinction** : 56 % d'entre elles expriment une bonne connaissance des mécanismes du mécénat, et 47 % des entreprises interrogées utilisent les deux techniques. **La solidarité en tête** mais la recherche en panne La solidarité arrive en tête des domaines d'intervention choisis par les entreprises (50,6 %), ce qui situe l'Alsace dans la tendance nationale. **Le sport**, en tant que support de la solidarité (**37,3 %**), se place en deuxième position **devant la culture (26,5 %)**. Les petites et moyennes entreprises sont très souvent impliquées dans la vie des clubs sportifs basés près de leur site.

Dans le secteur du commerce, **Coop Alsace** soutient de nombreuses **actions (mixant mécénat et parrainage)** dans ses zones de chalandise afin de créer une plus grande proximité avec ses clients. **L'Alsace dispose de lieux de patrimoine prestigieux et accueille de nombreuses manifestations culturelles, mais sans grande implication des entreprises.**

En revanche, **18 % des entreprises** déclarent participer à un club d'entreprises. **Cinq clubs** se sont constitués, tous dans le **domaine de la culture, très souvent autour de grands lieux culturels** : le Cercle d'entreprises mécènes du musée Unterlinden de Colmar ; le Club des entreprises partenaires des Dominicains en Haute-Alsace ; le Club des partenaires de la Filature, Scène nationale de Mulhouse ; le club des partenaires de 'Atelier du Rhin - Théâtre de la Manufacture de Colmar, et le Club entreprises du CRAC Alsace (Centre rhénan d'art contemporain). Ces clubs rassemblent PME régionales, filiales de grandes entreprises implantées dans la région, et entreprises internationales.

La priorité est donnée aux opérations locales

Le mécénat croisé, tendance très marquée depuis quelques années, est illustré par La cave vinicole Jean Geiler, soutenant l'association l'Art au-delà du regard, elle accueille dans sa cave des manifestations et des expositions d'artistes ont les bénéficiaires financent la mise en place de parcours tactiles dans les musées, l'achat d'imprimantes braille, etc.

Les entreprises de la région soutiennent encore assez timidement des actions dans le domaine de l'environnement (8,4 %) (protection des oiseaux, pédagogie, etc.)

Les actions de mécénat se déroulent en forte majorité sur le terrain local (62,7%) et régional (31,3 %) : **94 % des actions concernent exclusivement la région !** Le mécénat financier reste la manière la plus répandue de soutenir des actions (68,7 % des entreprises). Le mécénat de compétences reste encore une pratique peu répandue en Alsace mais devrait se développer et suivre la tendance nationale.

Faire du mécénat c'est déjà communiquer

28 % des entreprises interrogées pratiquant le mécénat consacrent entre 1000 € et 2000 € à leurs actions. **Seules 15 % investissent plus de 20 000 €** Ces chiffres peuvent sembler relativement faibles, mais ils s'expliquent par la **nature du tissu économique local**, constitué très largement de PME (70 % des mécènes emploient moins de 200 salariés).

Pourquoi faire du mécénat ? Pour communiquer à l'externe pour près de 40 % des entreprises ! Pour impliquer le personnel (23,4 %), aussi ; mais le mécénat reste avant tout une décision du directeur général (37,2 %). La rencontre, le partage d'une passion, la sensibilité à une cause, la

construction d'un projet commun restent toujours les actes déclencheurs du mécénat. **Premier secteur économique à pratiquer le mécénat : le secteur du commerce, suivi des services.**

Les actions des promoteurs du mécénat (Admical, Mission mécénat, associations, presse, etc.) ont porté leurs fruits : la loi de 2003, ses avantages concernant la déduction d'impôts pour les entreprises, ses obligations et ses développements sont bien connus et compris dans leur application. 69,5 % des entreprises connaissent le dispositif fiscal, et 83 % en bénéficient

Enjeux et problématiques

Publications, ouvrages, sites internet, textes de référence, articles de presse....

- Musées de la ville de Strasbourg : mission sur le développement des ressources et la mise en place d'une stratégie de mécénat. L'initiative philanthropique Jérôme Kohler Nathalie Bessis juin 2009.
- Résultats de l'enquête Admical-Csa : Le mécénat d'entreprise en France 2008
- Article paru dans 'Entreprise et Mécénat' janvier février 2009

ANNEXE

Le mécénat d'entreprise, entre indifférence et idées reçues

(présentation de François Schmitt à l'UCCA Union des conseils en communication d'Alsace avril 2009

Mécénat et loi

- 23 juillet 1987 : loi sur le développement du mécénat,
- 4 juillet 1990 : loi sur la création des fondations d'entreprise,
- 26 avril 2000 : instruction fiscale vient préciser la distinction mécénat et parrainage,
- 4 janvier 2002 : loi sur les Musées de France,
- 1er août 2003 : loi relative au mécénat, aux associations et aux fondations. Elle améliore le régime fiscal du mécénat et le statut des fondations.

Les quatre formes du mécénat

le mécénat financier cotisations, subventions, apports en numéraire

le mécénat en nature équipement, prestation de service, marchandise en stock, moyens techniques...

le mécénat technologique mise à disposition du métier de l'entreprise, de savoir-faire...

le mécénat de compétences mise à disposition de salariés volontaires pour accompagner des projets selon leurs compétences.

Définition fiscale :

« Le mécénat est le soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. »

- absence de contrepartie (tolérance jusqu'à 25% de la valeur de l'apport du mécène)
- domaines d'intérêt général
- œuvre ou personne
- artistes, associations, collectivité, fondation... éligibles au bénéfice d'actions mécènes soutien matériel

Les structures du mécénat

Régie directe :

- Mécénat individuel :

l'entreprise décide et agit seule, directement, sans support particulier

Régie indirecte :

- Fondation RUP

fonds suffisants, cause d'intérêt général, dotation de fonctionnement et patrimoine importants, 3 collèges d'administrateurs (*Brigitte Bardot, Nicolas Hulot, Aide à toute détresse...*)

- Fondation d'entreprise

financée par l'entreprise qui lui donne son nom, fonctionnement par budget annuel (minimum 150 000 euros), durée de vie de cinq ans renouvelables... (*Fondation Danone, Fondation des Brasseries Kronenbourg...*)

- Fondation sous égide (abritée)

fondation d'entreprise abritée dans la Fondation de France, avec délégation de gestion

- Club d'entreprises mécènes

mutualisation de fonds de plusieurs entreprises au service d'une action commune (*MAMCS, la Filature, Musée d'Unterlinden, Les Dominicains...*)

Enquête Admical/Csa au niveau national avril 2008

Le profil des entreprises mécènes :

23 % des entreprises de 20 salariés et plus soit 30 000 entreprises

23 % des entreprises de 100 à 199 salariés soit environ 2 900 entreprises

26 % des entreprises de 200 salariés et plus soit environ 2 100 entreprises

De 2006 à 2008 progression de 18 à 26% des entreprises de 200 salariés et plus

Le secteur d'activité des entreprises mécènes

43 % des mécènes proviennent du secteur des services alors qu'il représente 58 % des entreprises en France.

27% de mécènes émanent du secteur industrie/énergie alors qu'il représente 20% des entreprises

Le secteur du commerce représente 16 % des mécènes et 15 % des entreprises

La construction et l'agroalimentaire rassemblent respectivement 8 % et 6 % des mécènes

Budget

En 2008 2,5 milliards d'euros consacrés au mécénat par les entreprises de 20 salariés et plus

Pour les entreprises > à 200 salariés, de 2006 à 2008 on est passé de 1 milliard à 1,575 milliards

La répartition du budget par taille de l'entreprise

Les petites entreprises de 20 à 99 salariés ont attribué 500 millions d'euros au mécénat

Celles de 100 à 199 salariés y ont accordé 425 millions d'euros

Les entreprises de 200 salariés et plus ont contribué à hauteur de 1,575 milliards d'euros

Qui donne combien ?

63 % du budget provient de 18 % des entreprises mécènes

17 % du budget provient de 9% des entreprises mécènes

20 % du budget provient de 73 % des entreprises mécènes

Les entreprises minoritaires en nombre, de 200 salariés et plus contribuent à 2/3 du budget total

Le choix des entreprises mécènes pour les domaines d'intervention

Selon la taille

Parmi les entreprises de 20 à 99 salariés : 44% interviennent dans la solidarité, 31% dans la culture, 29 % en faveur du sport, 11% dans l'environnement, 11% dans la recherche

Parmi les entreprises de 100 à 199 salariés : 49% interviennent dans la solidarité, 32% dans la culture, 25 % en faveur du sport, 20% dans l'environnement, 7 % dans la recherche

Parmi les entreprises de 200 salariés et plus : 55 % interviennent dans la solidarité, 58 % dans la culture, 15 % en faveur du sport, 24% dans l'environnement, 14 % dans la recherche

Selon le secteur d'activité

Dans le secteur des services : 56 % des entreprises interviennent dans la solidarité et 36 % dans la culture

Dans le secteur de la construction : 26 % des entreprises interviennent dans la solidarité et 32 % dans la culture

23 % des entreprises du secteur de l'industrie ou de la construction interviennent dans le domaine de l'environnement