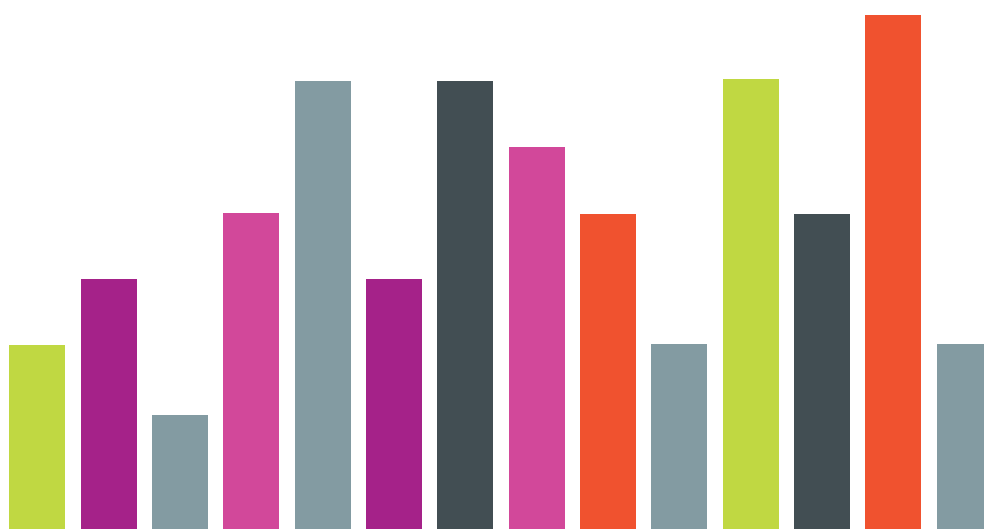


MIEUX COMPRENDRE LES FLUX FINANCIERS DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE

*Résultats de l'enquête
décembre 2011*



ADMICAL Carrefour du mécénat d'entreprise est une association fondée en 1979 pour promouvoir la pratique du mécénat d'entreprise. Elle est reconnue d'utilité publique depuis 1992 et a pour missions principales de :

REPRÉSENTER ET SOUTENIR LES ENTREPRISES MÉCÈNES

Admical est le porte-parole des entreprises mécènes auprès des pouvoirs publics, des médias et des instances internationales. Ses travaux sont à l'origine de la loi du 1^{er} août 2003 qui favorise le développement du mécénat, et dont le dispositif est devenu une référence en dehors de l'hexagone. En 2011, Admical et ses Adhérents publient la première Charte du mécénat d'entreprise. Admical apporte également aux entreprises un accompagnement dans la gestion et l'évolution de leur politique de mécénat sur le plan stratégique, juridique et fiscal.

ANIMER UN RÉSEAU D'ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES

Club d'entreprises, Admical anime un réseau de 180 Adhérents de toutes tailles et secteurs économiques qui interviennent dans tous les domaines de l'intérêt général : solidarité, culture, environnement, recherche et sport. Admical permet à ses Adhérents d'échanger sur leurs expériences et leurs pratiques par le biais d'ateliers, de commissions et de multiples rencontres. Admical organise les grands rendez-vous des acteurs du mécénat : Assises Internationales et Oscars du mécénat, colloques thématiques... Ils permettent de faire progresser la réflexion et d'approfondir des thèmes d'actualité en y associant des experts et des témoins engagés.

FORMER ET INFORMER LES ACTEURS DU MÉCÉNAT

Observatoire et centre d'information sur le mécénat, Admical réalise régulièrement des enquêtes et publie des ouvrages destinés aux praticiens du mécénat ou à ceux qui veulent le devenir : le *Répertoire du mécénat*, *Mécènes sans frontières*, la revue *Entreprises & mécénat*, etc. Organisme de formation professionnelle reconnu, Admical propose des sessions de formation aux entreprises, porteurs de projets, fondations, collectivités, DLA....

www.admical.org



SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE	6
POINTS CLÉS	7
LES BUDGETS DE MÉCÉNAT	8
Les budgets globaux	8
Les budgets par projet	9
Répartition du budget de mécénat France / international	10
Les PME proportionnellement plus généreuses que les grandes entreprises	11
LE LEVIER FISCAL : CONNU ET UTILISÉ	12
Utilisation de l'avantage fiscal	12
Les raisons de la non-défiscalisation	12
LES CONTREPARTIES : UNE POSSIBILITÉ NON DÉTERMINANTE	13
LE TERRITOIRE DES ACTIONS DE MÉCÉNAT SOUTENUES : LA PROXIMITÉ	14
TYPLOGIE DES SOUTIENS	15
Les structures soutenues	15
Nombre de projets soutenus	15
Durée des soutiens à un projet	16
Provenance des projets	17
LA REPRÉSENTATION DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE	18

INTRODUCTION

MIEUX COMPRENDRE LES FLUX FINANCIERS DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE

Les pratiques et problématiques des acteurs du mécénat d'entreprise évoluent rapidement. Afin de pouvoir répondre au mieux à ces préoccupations et jouer pleinement son rôle d'observatoire, Admical a réalisé, lors du dernier trimestre 2011, une enquête sur les flux financiers du mécénat d'entreprise.

Cette enquête s'inscrit en complément de celle réalisée par Admical, l'Institut CSA et Cap en 2010. Face à la diversification des domaines soutenus et des pratiques adoptées, face à une certaine complexification de la pratique du mécénat d'entreprise révélées dans cette dernière enquête, il était nécessaire d'aller plus loin.

Aller plus loin dans l'analyse, dans la compréhension, dans la connaissance. Plusieurs champs du mécénat d'entreprise demeuraient sans références, sans chiffres ou tendances objectivées. Le champ des flux financiers du mécénat d'entreprise en fait partie, malgré le nombre de commentaires qu'il peut déjà susciter. Mieux connaître les budgets, mais aussi leur répartition sur le territoire. Mieux connaître le rapport de ces entreprises mécènes aux outils fiscaux existants. Mieux comprendre à travers ces données chiffrées les motivations des entreprises à s'engager dans cette démarche de mécénat. Voilà les objectifs qu'a souhaité atteindre cette enquête.

UNE ATTENTION PARTICULIÈRE AUX PME ET TPE

A travers l'étude et l'analyse des réponses données par les structures interrogées, sur les thèmes cités ci-dessus, Admical s'est attaché, avec le concours du Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprise (CJD), à cibler les PME et pour la première fois les TPE (entreprises de moins de 20 salariés), en plus des grandes entreprises qu'elle connaît bien.

Cette enquête apporte ainsi des éclairages généraux sur les flux financiers du mécénat d'entreprise mais affine également sa compréhension en fonction de la taille des entreprises. Cette ambition s'avère incontournable au regard du tissu économique français où cohabitent des entreprises, et acteurs du mécénat, de toutes tailles.

Bénédicte Menanteau, déléguée générale d'Admical

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Cette enquête réalisée par questionnaire diffusé sur Internet, comprenait deux volets :

- un volet grandes entreprises (entreprises de plus de 200 salariés), réalisé auprès des entreprises mécènes Adhérentes d'Admical et des entreprises mécènes présentes dans le *Répertoire du mécénat d'entreprise 2011/2012* paru en juillet 2011. Plus d'une cinquantaine ont répondu au questionnaire. Plus de $\frac{3}{4}$ des grandes entreprises répondantes ont un chiffre d'affaires situé au-delà d'un milliard d'euros. Cette partie de l'enquête a eu lieu du 1^{er} septembre au 14 novembre 2011.

- le second volet a été mené du 18 novembre au 30 novembre 2011 auprès de PME (entreprises entre 20 et 199 salariés) et TPE (entreprises de moins de 20 salariés) membres du Centre des Jeunes Dirigeants* en diffusant le même questionnaire à travers la newsletter du CJD à ses adhérents : 44 réponses ont ainsi été recueillies.

* Le Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprise est le plus ancien mouvement patronal indépendant de France. Créé en 1938 pour réhabiliter la fonction patronale et mettre l'économie au service de l'Homme, le CJD forme ses militants au métier de « dirigeant-entrepreneur » soucieux de rendre leur entreprise à la fois plus humaine et plus compétitive.

Le CJD compte aujourd'hui plus de 4 500 chefs d'entreprises et cadres dirigeants en France, 10 CJD à l'international et 25 correspondants dans le monde. À ce jour, plus de 75 000 chefs d'entreprises toujours en activité sont passés par le CJD.

Mouvement indépendant et en expérimentation constante, le CJD a toujours alimenté les réflexions et influencé les décisions économiques, politiques et sociales françaises.

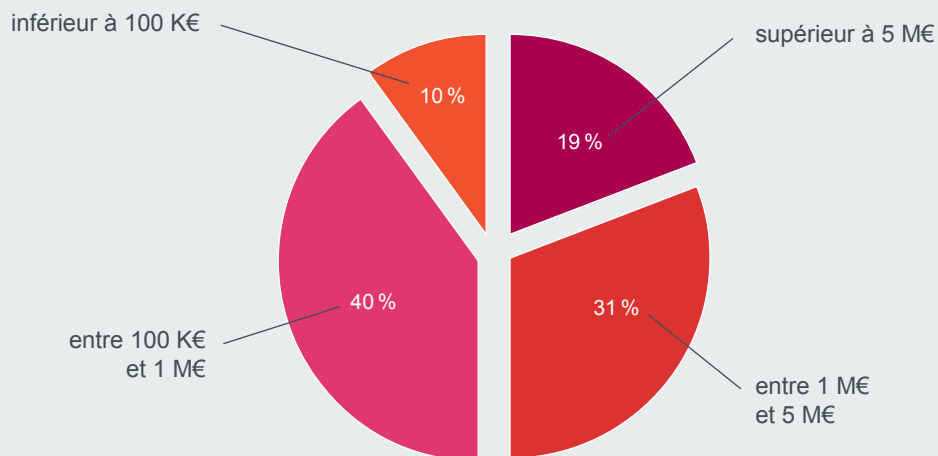
POINTS CLÉS

- Le budget moyen de soutien à un projet se situe majoritairement, pour les grandes entreprises mécènes, au-delà de 10 000 €.
- Pour les PME / TPE, le budget moyen par projet se situe en majorité entre 1 000 et 5 000 €.
- 43 % des PME / TPE consacrent entre 0,1 % et 0,5 % de leur chiffre d'affaires au mécénat d'entreprise.
- 73 % des grandes entreprises, elles, y consacrent moins de 0,1 % de leur chiffre d'affaires.
- $\frac{3}{4}$ des entreprises considèrent les contreparties comme non déterminantes dans le choix d'un projet.
- Les structures privilégiées par les entreprises sont les associations.
- Les grandes entreprises soutiennent en moyenne 11 à 50 projets par an. Pour les PME / TPE, la moyenne est de 1 ou 2 projets par an.
- « Contribuer à l'intérêt général, être solidaire » est la première motivation pour faire du mécénat, tant par les PME que par les grandes entreprises.

LES BUDGETS DE MÉCÉNAT

LES BUDGETS GLOBAUX

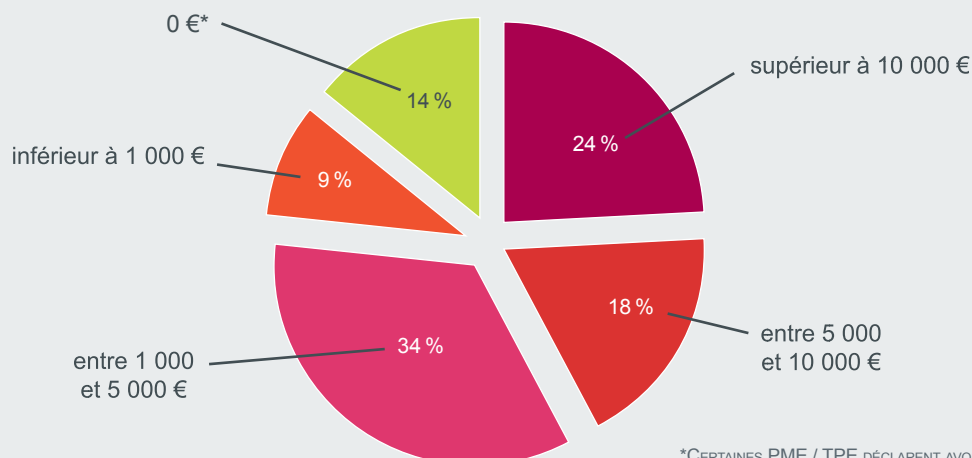
Budgets mécénat des grandes entreprises en 2010



Base : 44 réponses exprimées
Source : Admical

Le budget mécénat médian des grandes entreprises est d'1 million d'euros par an et une grande entreprise sur cinq a un budget annuel de plus de 5 millions d'euros.

Budgets mécénat des PME / TPE en 2010



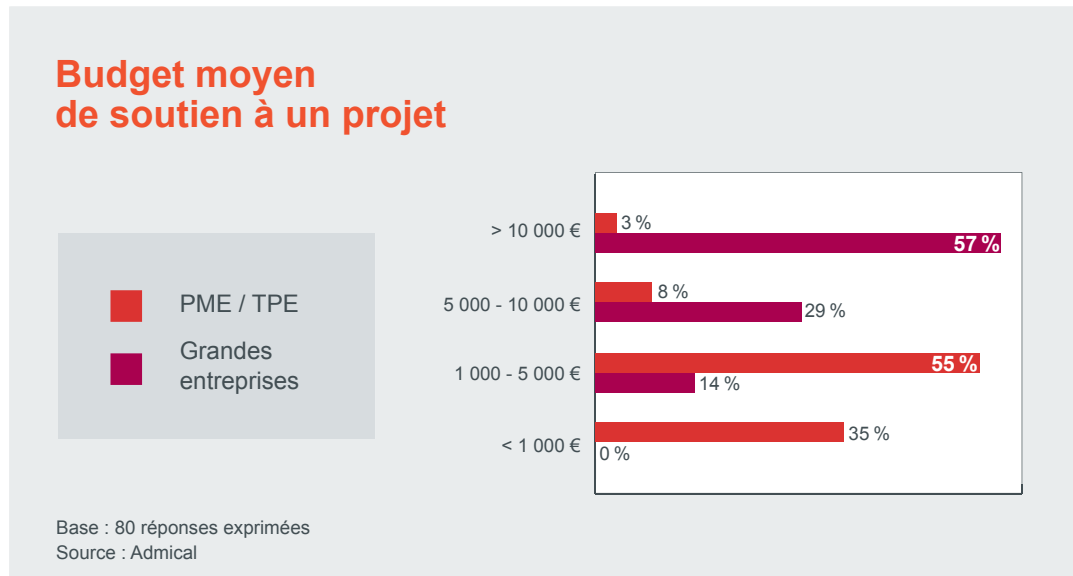
Base : 50 réponses exprimées
Source : Admical

*CERTAINES PME / TPE DÉCLARENT AVOIR FAIT DES DONS EN NATURE SANS LES AVOIR VALORISÉS. D'AUTRES N'ONT PAS ENGAGÉ DE NOUVELLES OPÉRATIONS DE MÉCÉNAT EN 2010 MAIS ONT DÉJÀ ÉTÉ MÉCÈNES.

Plus d'un tiers des PME / TPE interrogées dépensent entre 1000 et 5000 euros par an en faveur du mécénat et un quart d'entre elles ont un budget de mécénat qui dépasse 10 000 euros en 2010.

LES BUDGETS PAR PROJET

Les budgets moyens apportés à un projet sont une information difficile à trouver ailleurs que dans certains rapports d'activités de fondations d'entreprises. Cette enquête permet donc de mettre en avant quelques chiffres intéressants sur cette question.

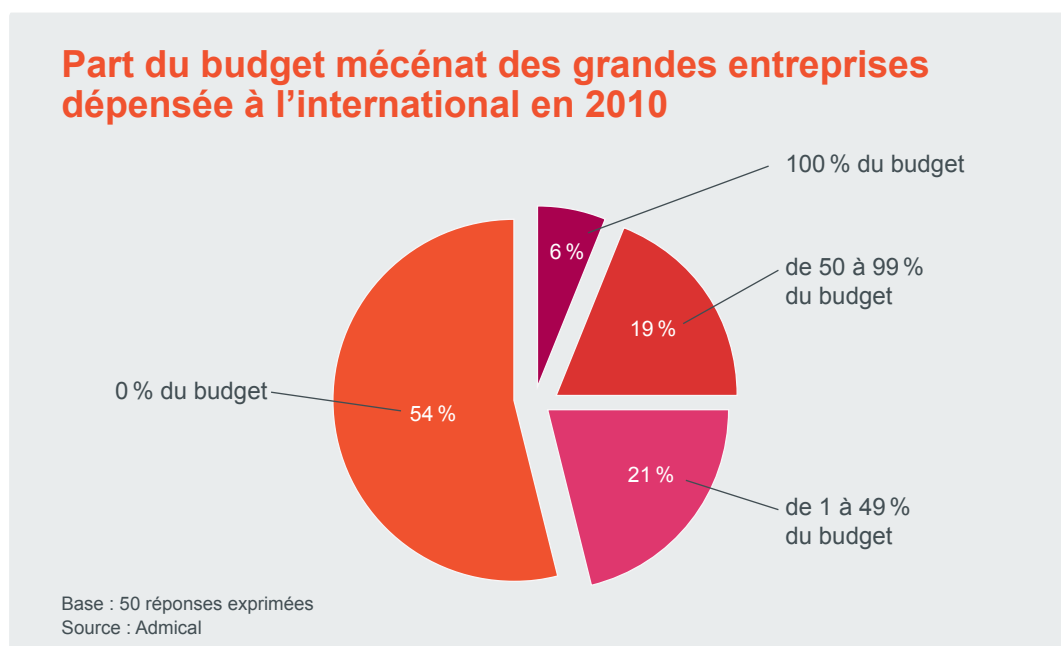


Le **budget moyen de soutien à un projet** se situe majoritairement, pour les **grandes entreprises** mécènes, **au-delà de 10 000 €**. Les « petits » montants (en-deçà de 5 000 €) sont peu fréquents.

Pour les **PME / TPE**, le budget moyen se situe en majorité **entre 1 000 et 5 000 €**.

RÉPARTITION DU BUDGET DE MÉCÉNAT FRANCE / INTERNATIONAL

Cette donnée a été étudiée uniquement parmi les grandes entreprises.



Plus de la moitié des grandes entreprises interrogées consacrent exclusivement leur budget à des opérations en France mais néanmoins près d' $\frac{1}{4}$ d'entre elles dépensent plus de la moitié de leur budget France en dehors du territoire national (corollaire sans doute de leur envergure internationale).



Commentaire ADMICAL

Cette donnée explique sans doute en partie la raison évoquée de la non-défiscalisation (cf. paragraphe infra « Le levier fiscal : connu et utilisé ») pour cause de soutien à des structures non éligibles. En effet, le mécénat en direction de l'international est encadré par des règles particulières et très restrictives. Ces règles et dispositifs sont développés dans l'ouvrage *Mécènes sans frontières* publié par Admical en décembre 2011 (disponible à la vente sur www.admical.org).

LES PME / TPE PROPORTIONNELLEMENT PLUS GÉNÉREUSES QUE LES GRANDES ENTREPRISES

Part du CA dépensée en mécénat	Grandes entreprises (base 30 ent.)	PME / TPE (base 40 ent.)	Ensemble des répondants (base 70 ent.)
Moins de 1 pour mille	73 %	45 %	57 %
1 à 5 pour mille	27 %	43 %	36 %
Plus de 5 pour mille	0 %	13 %	7 %

Base : 80 réponses exprimées
Source : Admical

En majorité, les entreprises répondantes dépensent moins de 1 pour mille de leur chiffre d'affaires France pour des opérations de mécénat et 36 % d'entre elles dépensent 1 à 5 pour mille de ce chiffre dans ce sens.

Il est intéressant de noter que plus de la moitié des PME / TPE répondantes accordent plus de 1 pour mille de leur chiffre d'affaires à des opérations de mécénat (13 % dépassent même le 5 pour mille).

On peut relever également que 73 % des grandes entreprises répondantes ont un budget mécénat qui ne dépasse pas les 1 pour mille de leur chiffre d'affaires.



Commentaire ADMICAL

Pour rappel, une entreprise peut défiscaliser 60 % du montant de ses dons en respectant un plafond de 5 pour mille de son chiffre d'affaires (article 238 bis du CGI).

Ces chiffres alertent sur la limite des 5 pour mille qui peut être un frein pour les PME / TPE. Pour pallier cet écueil, Admical propose d'établir une franchise de 10 000 € pour l'ensemble des montants engagés au titre du mécénat, au-delà desquels s'appliquerait le plafond actuel de 5 pour mille.

LE LEVIER FISCAL : CONNU ET UTILISÉ

UTILISATION DE L'AVANTAGE FISCAL

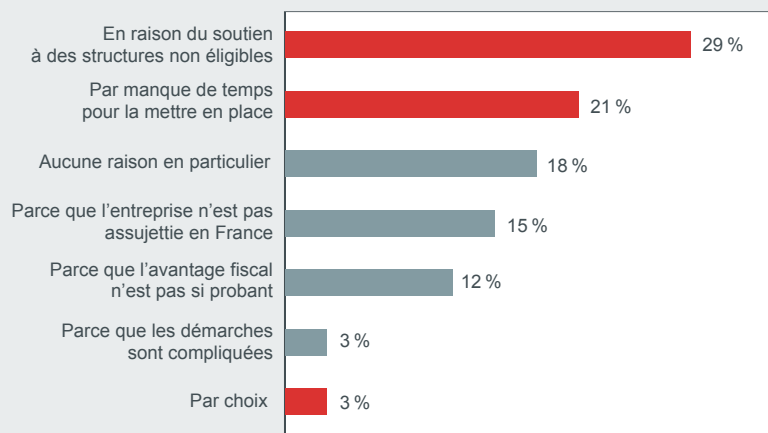
Les résultats de l'enquête viennent préciser et confirmer les informations issues de l'enquête Admical - CSA 2010 sur la connaissance et l'utilisation de l'avantage fiscal par les entreprises mécènes.

En 2011, **près des 2/3 des entreprises répondantes utilisent cette réduction d'impôt**. Quasiment toutes connaissent le dispositif.

L'avantage fiscal, s'il n'est pas la première motivation pour s'engager dans une démarche de mécénat, est donc néanmoins une disposition connue et utilisée.

LES RAISONS DE LA NON-DÉFISCALISATION

Pourquoi certaines entreprises ne défiscalisent pas ?

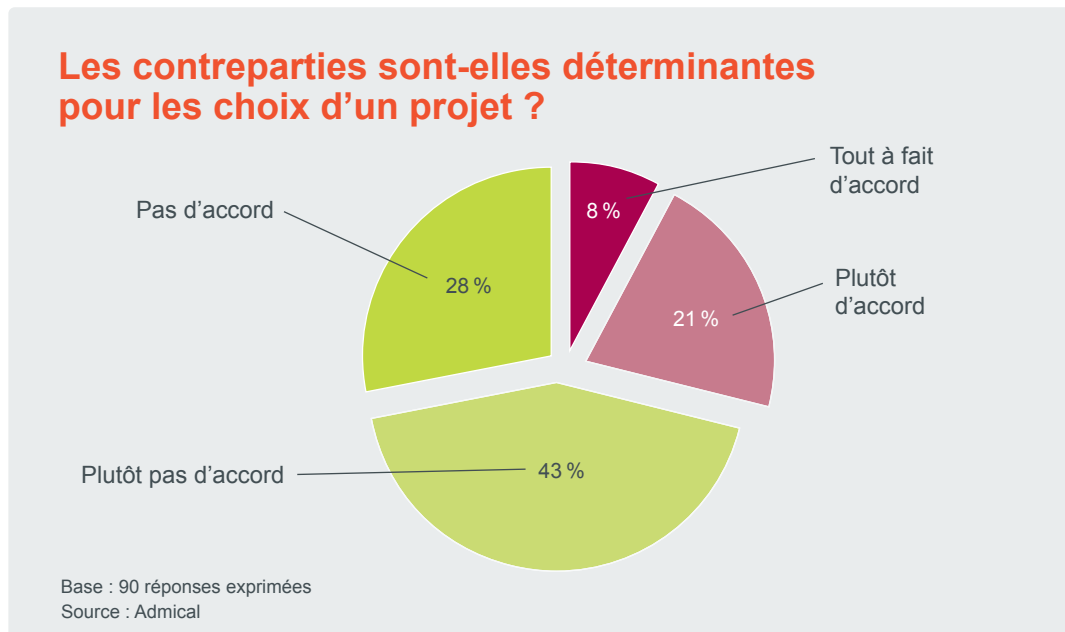


Base : 34 réponses exprimées
Source : Admical

Cette question a permis de mettre en lumière un point nouveau et assez surprenant - possiblement un point de vigilance pour Admical dans sa mission de promotion du mécénat. En effet, **29 %** des entreprises mécènes répondantes ont évoqué « **le soutien à des structures non éligibles** » comme raison de non défiscalisation.

Il est intéressant de préciser que pour les grandes entreprises, la deuxième réponse est « parce que l'entreprise n'est pas assujettie à l'impôt en France ».

LES CONTREPARTIES : UNE POSSIBILITÉ NON DÉTERMINANTE



Près des $\frac{3}{4}$ des entreprises interrogées considèrent les contreparties comme non déterminantes dans le choix d'un projet.

La possibilité de bénéficier de contreparties n'est donc pas la motivation principale pour un engagement de l'entreprise en faveur d'un projet de mécénat.

Il est intéressant de noter que pour les grandes entreprises le « pas d'accord » arrive en deuxième position alors que pour les PME / TPE c'est le « plutôt d'accord » qui occupe cette place. Les contreparties semblent donc avoir un peu plus d'importance pour les entreprises de moins de 200 salariés.

Cette première information est confirmée par une question sur l'utilisation des contreparties posée aux grandes entreprises. En effet, là aussi la majorité des grandes entreprises (73 %) ont répondu n'utiliser les contreparties que partiellement ou pas du tout.



Commentaire ADMICAL

Si les contreparties ou l'avantage fiscal ne sont pas les motivations premières des entreprises (grandes ou petites) pour s'engager dans des démarches de mécénat, ces dispositions sont néanmoins un levier important pour favoriser cet engagement.

La question des contreparties représente un véritable enjeu dans la relation partenariale entre l'entreprise mécène et le bénéficiaire.

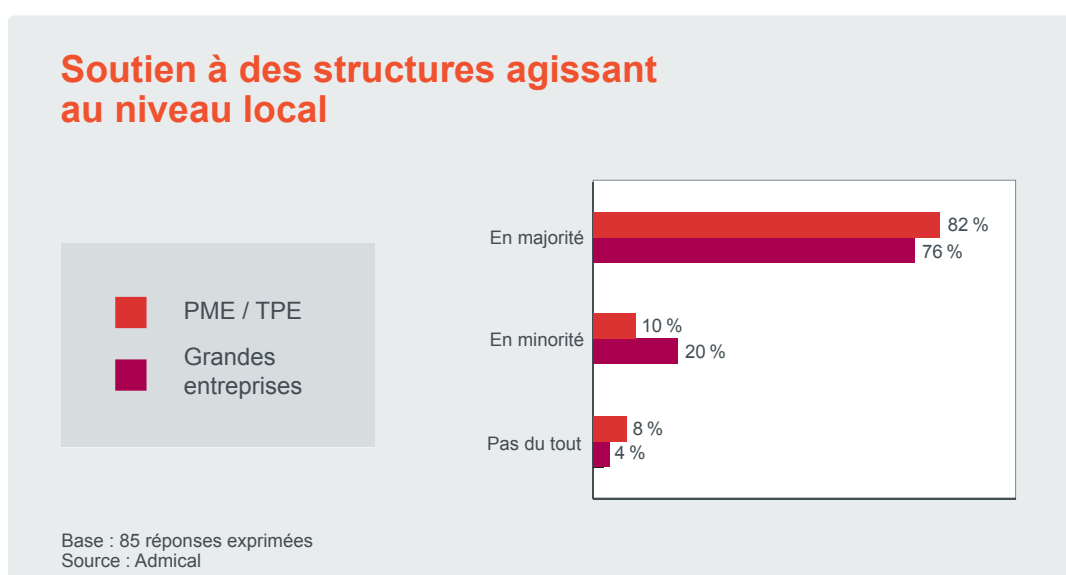
Celles-ci doivent être un point abordé de manière réaliste et transparente entre les deux partenaires pour aboutir à des choses raisonnables, notamment en termes de faisabilité pour le bénéficiaire.

LE TERRITOIRE DES ACTIONS DE MÉCÉNAT SOUTENUES : LA PROXIMITÉ

L'enquête Admical – CSA 2010 mettait en avant le caractère local et l'ancrage territorial des soutiens des entreprises à travers le mécénat pour 79 % des entreprises mécènes répondantes.

Cette information se confirme à travers le périmètre d'action des structures soutenues.

En effet en 2011, **79 % des entreprises répondantes affirment également soutenir en majorité des structures agissant au niveau local***. Cette tendance est plus forte encore du côté des PME / TPE qui préfèrent les structures locales à 82 %.



Le soutien à des structures agissant au niveau national est majoritaire pour 34 % des grandes entreprises contre seulement 16 % des PME / TPE. On note aussi une différence significative pour les structures agissant au niveau international : elles sont majoritairement soutenues par 15 % des grandes entreprises contre seulement 5 % des PME / TPE.

* Le niveau local s'oppose à une approche nationale ou internationale. Il correspond à une action de mécénat effectuée dans un lieu circonscrit à un endroit particulier, à une région.

TYOLOGIE DES SOUTIENS

LES STRUCTURES SOUTENUES : DIVERSITÉ DANS LES GRANDES ENTREPRISES ET CONCENTRATION CHEZ LES PME / TPE

Le type de structures soutenues dans le cadre du mécénat d'entreprise reste un point sur lequel il y avait peu d'information.

L'enquête fait apparaître dans ce domaine des nuances sensibles entre les grandes entreprises et les PME / TPE.

Sans surprise, les **associations** sont la structure privilégiée pour le mécénat d'entreprise (choisies à 83 %), suivies des **ONG** (36 %), à la même hauteur, des **établissements publics** (30 %) et des **fondations** (30 %).

Le fait de passer par des associations en majorité peut traduire et venir conforter la tendance de mécénat de proximité, le terme ONG étant plutôt associé à des dimensions nationales voire internationales. Cela est corroboré par le **soutien à 95 % à des structures de petite ou moyenne taille**.

Pour les PME / TPE, les **associations** (à 76 %) sont nettement le type de structures privilégié pour le mécénat d'entreprise.

Alors que les grandes entreprises répondent soutenir en moyenne trois types de structures différents, les PME / TPE se limitent en majorité à une catégorie. Cela s'explique par le fait qu'une grande majorité d'entre elles ne soutient qu'un ou deux projets par an (cf. *infra*).

NOMBRE DE PROJETS SOUTENUS

Cette question visait à préciser les informations sur le nombre de projets soutenus par les entreprises mécènes. En effet, il est intéressant de faire la distinction entre les structures soutenues et les projets. Parfois les entreprises mécènes ont des « grands partenariats » avec quelques associations avec lesquelles elles peuvent soutenir une multiplicité de projets.

Cette information est importante pour comprendre la structuration des soutiens. C'est un moyen pour les bénéficiaires de connaître le paysage et le fonctionnement des interlocuteurs auxquels ils s'adressent pour trouver des ressources.

Grandes entreprises

En ce qui concerne le nombre de projets soutenus par an, on peut faire le même constat que pour le nombre de structures soutenues : les pratiques sont variées et équilibrées. **La majorité des grandes entreprises** (33 %) répondent avoir soutenu de **11 à 50 projets** en 2010.

■ PME / TPE

Pour les PME / TPE, le nombre de projets soutenus est moins important, ce qui est logique étant donné que les moyens financiers et humains qu'elles peuvent consacrer au mécénat (en amont mais également en suivi, gestion et évaluation) le sont aussi.

Ainsi, elles soutiennent en majorité (65 %) **1 ou 2 projets par an**.

■ Précision

Cette donnée est à rapprocher du **nombre de nouveaux projets soutenus par an**. La majorité des entreprises répondantes a indiqué, à 39 %, qu'elle soutenait en 2010 de 11 à 50 nouveaux projets. **Le soutien à de nouveaux projets est donc relativement important.**

DURÉE DES SOUTIENS À UN PROJET : COUPS DE POUCE ET SOUTIENS À COURT TERME

À la question de la durée moyenne du soutien à un projet, plus de la moitié des entreprises ont répondu qu'elle se situe **autour d'un an et moins**.

Ce **soutien court** est beaucoup plus marqué chez les PME / TPE (cité par 85 % d'entre elles).



Commentaire ADMICAL

Il est important de noter qu'une convention de mécénat n'engage l'entreprise mécène que pour un temps déterminé (souvent un an). Les conventions de mécénat ne sont pas renouvelables tacitement.

Les réponses sont ici à analyser comme la durée moyenne d'un soutien à un projet en tant que tel. Cette durée moyenne est donc relativement courte et traduit un soutien des entreprises mécènes qui se caractérise plus par des coups de pouces et soutiens ponctuels aux projets.

C'est une donnée importante pour les bénéficiaires pour leur présentation de dossiers et la relation partenariale qui s'ensuit.

PROVENANCE DES PROJETS : LA STRATÉGIE D'ABORD

Enfin, pour compléter ce panorama sur les projets soutenus, l'enquête permet de montrer que l'entreprise mécène est maître des projets qu'elle soutient et qu'ils **proviennent majoritairement de processus mis en place par elle-même et gérés en interne** : selon les initiatives de l'entreprise (26 %), *via* les collaborateurs (23 %), par des appels à projets (17 %). La multiplicité des canaux est beaucoup plus forte du côté des grandes entreprises que de celui des PME / TPE.

L'apport des projets par les clients est une donnée intéressante pour les PME / TPE : elle arrive en deuxième position parmi leurs réponses.

LA REPRÉSENTATION DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE

Enfin, une question plus qualitative a été posée aux entreprises mécènes sur leur représentation du mécénat d'entreprise :

«Selon vous, le mécénat d'entreprise permet d'abord de :

- Contribuer à l'intérêt général, être solidaire
- Fédérer / attirer / fidéliser les collaborateurs
- Valoriser le métier, lui donner du sens
- Construire des relations avec les acteurs du territoire / les parties prenantes
- Améliorer / valoriser l'image de l'entreprise
- Développer l'innovation, la créativité dans un secteur lié à celui de l'entreprise».

« Contribuer à l'intérêt général, être solidaire » est la première réponse choisie, tant par les PME / TPE que par les grandes entreprises.



Commentaire ADMICAL

Cela rejoint le travail de promotion du mécénat d'entreprise et de ses valeurs réalisé par Admical et relayé dans la Charte du mécénat d'entreprise*.

■ Grandes entreprises

Parmi les autres critères, sont privilégiés ceux qui fédèrent les collaborateurs et donnent du sens au métier.



Commentaire ADMICAL

Cet aspect est non négligeable pour l'entreprise mécène dans le contexte économique et social actuel. Cette réponse n'est pas du tout opposée à la première et vient la compléter.

■ Focus PME / TPE

L'aspect territorial à travers le critère « construire des relations avec les acteurs du territoire / les parties prenantes » est bien présent dans l'esprit des PME / TPE mécènes, qui le placent en seconde position.

* La Charte du mécénat d'entreprise et la liste de ses signataires sont disponibles sur www.admical.org

