

Résultat de l'enquête nationale ADMICAL – CSA

Les chiffres clés du mécénat d'entreprise 2005

Sommaire

- **Editorial** page 3
Jacques Rigaud, président d'ADMICAL
- **Les grandes tendances du mécénat d'entreprise** page 4
Marianne Eshet, déléguée générale d'ADMICAL
- **Les chiffres clés du mécénat d'entreprise 2005** page 6
- **Les 10 chiffres clés** page 14
- **Contacts** page 16

Contexte et méthodologie

Depuis 1986, ADMICAL dresse le bilan statistique du mécénat d'entreprise en France à partir de différents outils d'analyse qui se sont affinés et multipliés avec le temps. Les informations émanant des entreprises mécènes, de la presse, des bénéficiaires et du réseau des correspondants régionaux d'ADMICAL constituaient l'essentiel de nos sources.

Pour la publication de nos chiffres du mécénat 2005, nous avons pris la décision de travailler en collaboration avec l'institut de sondage CSA. Ce nouveau bilan, nous le souhaitons deviendra un baromètre annuel.

Cette nouvelle méthodologie nous impose d'éviter toute comparaison avec les dernières statistiques que nous avons publiées pour l'année 2002.

Sondage ADMICAL / CSA réalisé du 7 au 17 février 2006

Echantillon représentatif de 572 entreprises de 200 salariés et plus, constitué selon la méthode des quotas (secteur d'activité, taille), après stratification par région. 502 interviews ont été réalisées par téléphone sur le lieu de travail.

70 entreprises adhérentes d'ADMICAL ont par ailleurs répondu au même questionnaire. Les données ont ensuite été cumulées et pondérées afin de disposer d'un échantillon global représentatif des entreprises de plus de 200 salariés.

Le questionnaire comportait sept questions.

Editorial

Jacques Rigaud

Le mécénat d'entreprise en 2005

ADMICAL inaugure cette année une nouvelle méthode de recensement du mécénat d'entreprise. Le précieux concours du grand institut de sondage qu'est CSA est pour nous une garantie de professionnalisme.

Il s'ensuit que les résultats que nous rendons publics pour 2005 ne sont pas comparables à ceux des années antérieures. Ainsi, il serait hasardeux de comparer le milliard d'euros du mécénat d'entreprise en 2005, qui résulte de cette enquête, aux résultats publiés en 2002.

Ce qui est sûr, cependant, c'est qu'il a fortement progressé. Il faut y voir l'effet direct de la loi du 1^{er} août 2003 qui, rappelons-le, a en pratique doublé les avantages fiscaux de l'acte de mécénat, en même temps qu'il en a simplifié et clarifié les mécanismes. On peut aussi penser que le tsunami, fin 2004, a engendré une croissance exceptionnelle de la générosité, non seulement des particuliers mais aussi des entreprises, et notamment des salariés de ces dernières lorsqu'elles se sont engagées en faveur des victimes de cette catastrophe.

L'implication croissante des PME, le développement du mécénat de compétences, la croissance du mécénat de solidarité : autant d'évolutions que l'enquête fait apparaître, confirmant ainsi ce qu'était notre intuition tirée des contacts incessants que nous avons à ADMICAL avec les entreprises et les milieux bénéficiaires du mécénat.

De plus en plus, le mécénat des entreprises s'inscrit dans la longue durée et représente un véritable choix stratégique, et non une décision conjoncturelle et de pure opportunité. On en a la preuve avec la forte croissance des créations de fondations, notamment de fondations d'entreprise sous le statut de la loi de 1990, laquelle est le fruit d'une initiative d'ADMICAL. Il faut dire que, parallèlement à la loi de 2003, les pouvoirs publics ont pris des initiatives pour faciliter et accélérer la création de fondations et diversifier leurs statuts.

Expression majeure de la liberté d'entreprendre, le mécénat d'entreprise n'est pas destiné à se substituer aux fonds publics et au marché. Souvent expérimental et innovant, il est la preuve que la société civile peut, par ses initiatives, concourir au bien commun.

Les grandes tendances du mécénat

Marianne Eshet

Le mécénat, une lame de fond dans notre pays

En France, 18% des entreprises de plus de 200 personnes sont désormais des mécènes et ont apporté 1 milliard d'euros aux projets ou associations qu'elles aident. Et 53% d'entre elles sont des PME.

Ce ne sont plus des cas isolés mais un véritable mouvement des entreprises. La France rejoint à marche forcée les autres grands pays mécènes.

Insistons d'abord sur ce que ces chiffres signifient concernant le comportement de don et de générosité des entreprises en France.

Bien sûr, les nouveaux avantages fiscaux ont accéléré le mouvement, 55% des entreprises vont bénéficier de la réduction d'impôts liée à leurs dons.

Bien sûr, les entreprises peuvent améliorer leur image par leurs actions de mécénat, (notons cependant que le mécénat en France contrairement aux pays anglo-saxons est fortement dissocié du sponsoring nettement plus mercantile). Mais les entreprises qui se lancent dans le mécénat comprennent vite qu'il n'est pas dans leur intérêt de rechercher un gain trop immédiat, trop commercial, que le mécénat n'est pas un coup de publicité mais un engagement profond et véritable.

Les entreprises qui pratiquent le mécénat ont pris conscience qu'elles ne peuvent pas laisser se développer une image sans autre foi que celle du profit insoucieuse de l'environnement, des liens sociaux, du patrimoine culturel de notre pays. Ces entreprises participent à l'élan de générosité des Français (75% ont donné en 2005).

18% de mécènes c'est un bon chiffre, mais il reste un immense potentiel. Avec nos partenaires, les ministères de la culture, de la vie associative, de l'environnement et de la cohésion sociale, avec nos adhérents, dans les écoles, à travers les médias et les colloques, ADMICAL œuvre pour que les entreprises françaises, grandes, moyennes et petites, soient d'abord par leur nombre à l'avant-garde des entreprises mécènes dans le monde.

Le mécénat, un engagement personnel

« C'est lorsque vous donnez de vous même que vous donnez réellement ».

Observons que 31% des entreprises pratiquent ce que l'on appelle le mécénat de compétences. C'est un phénomène assez nouveau et en expansion constante.

Quel sens donner à cette forte tendance ?

Quand les entreprises pratiquent le mécénat de compétences, elles encouragent leurs salariés à se mobiliser personnellement pour une cause culturelle ou humanitaire. Au lieu d'apporter seulement de l'argent, au lieu que les seuls patrons ou quelques responsables s'engagent dans le mécénat, ce sont des dizaines des centaines de salariés qui deviennent des mécènes, qui s'engagent, qui donnent non seulement leur savoir mais aussi leur temps, leur confiance, leur énergie. L'entreprise apporte alors des ressources financières et aussi sa capacité à mener à bien et efficacement des projets.

Quand on encourage cette forme de mécénat, comme nous le faisons à ADMICAL, on ne doute pas que ce mécénat change la vie (partiellement) des salariés, et change quelquefois l'image que l'entreprise a d'elle-même car rien n'empêche une entreprise d'être simultanément un champion économique et d'avoir aussi un comportement responsable ou humaniste.

Le mécénat de compétences est un mécénat qui fait pousser des centaines de racines et ancre durablement l'entreprise dans une attitude généreuse et ouverte vers des causes d'intérêt général.

A ADMICAL, nous voulons développer le nombre d'entreprises mécènes mais nous aidons les entreprises à diagnostiquer leur action, à adopter un authentique engagement de mécène (et finalement profitable dans tous les sens du terme). Nous voulons aussi aider nos adhérents à mieux ancrer leur action de mécénat dans une région ou dans leur développement international. Nous sommes un centre d'informations qui a pour vocation de diffuser les meilleures pratiques, d'aider les entreprises à travailler en réseau, à créer des partenariats, à mobiliser leurs salariés.

Les entreprises mécènes, des entreprises responsables et humanistes

66% des entreprises interviennent dans le domaine de la solidarité. La croissance du mécénat de solidarité est une tendance notable dans la majorité des entreprises (soulignons en 2005 la forte mobilisation pour le tsunami).

La culture reste toujours un domaine de prédilection soutenu par 52% des entreprises. Puis viennent le sport avec 22%, l'environnement avec 19% et la recherche avec 11%.

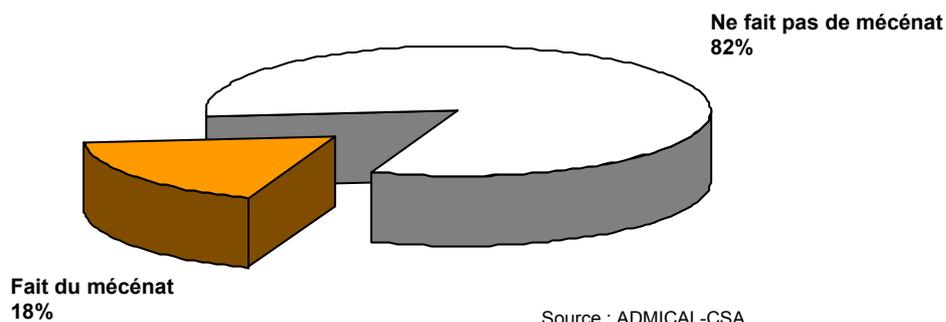
La distinction entre les divers champs d'intervention du mécénat est réalisée uniquement à des fins d'analyse statistique. Il n'y a ni concurrence ni étanchéité entre ces domaines, mais au contraire une complémentarité croissante, voire une interpénétration. En effet, de plus en plus d'entreprises pratiquent des opérations de « mécénat croisé », associant à la fois des actions culturelles et sociales ou environnementales, ou sportives et solidaires.

Quand des entreprises apportent durablement leur aide à des associations qui promeuvent l'art dans des quartiers défavorisés, qui éduquent les enfants à l'environnement ou utilisent le sport comme moyen d'insertion, elles redonnent au mécénat ses lettres de noblesse et sa véritable dimension qui est une dimension non pas seulement financière mais humaine, humaniste.

A ADMICAL, nous accordons une très grande importance à ce rapprochement effectif et humain entre les entreprises et ceux que nous appelons les porteurs de projets. Nous voulons aider les entreprises à construire leur mécénat et nous formons régulièrement leurs partenaires pour qu'ils sachent susciter une véritable alliance avec les entreprises mécènes.

Les chiffres clés du mécénat d'entreprise en 2005

1- Combien d'entreprises font du mécénat ?



- 18% des entreprises de plus de 200 salariés font du mécénat, soit environ 800 entreprises*

* Cette étude réalisée sur les entreprises de plus de 200 salariés, ne prend pas en compte les différents établissements dépendants d'une même entreprise comme les délégations régionales de groupes bancaires.

⇒ Le mécénat s'implante dans les entreprises

Une entreprise sur cinq, soit 18% des entreprises de plus de 200 salariés a une politique de mécénat. Un chiffre conséquent alors que le mécénat est par essence marginal et périphérique aux activités lucratives de l'entreprise.

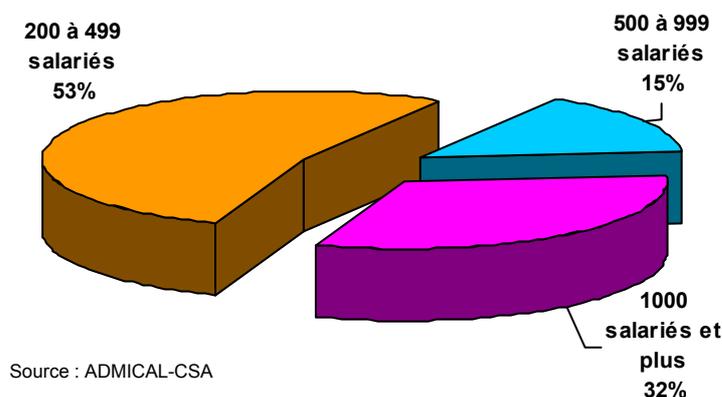
D'autre part, la place de l'entreprise a été modifiée, elle n'est plus une entité close rivée sur la croissance de son chiffre d'affaires. L'entreprise s'est comprise comme étant un élément de la société civile, elle est à l'écoute et de ce fait doit s'organiser pour et en fonction de son environnement sociétal.

Cette prise de conscience engage de plus en plus d'entreprises vers des démarches d'actions socialement responsables qui se traduisent en partie par des actions de mécénat.

L'Etat n'a plus le monopole de l'intérêt général. Les citoyens comme les entreprises agissent en faveur du bien commun.

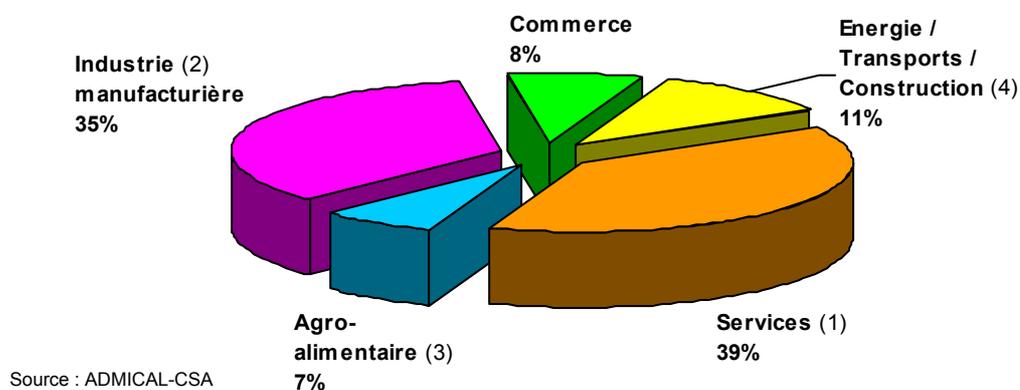
2- Qui sont les entreprises mécènes ?

► Répartition des entreprises mécènes par taille de l'entreprise



- 53% des entreprises mécènes sont des PME (de 200 à 499 salariés)
- 47% sont des grandes entreprises

► Répartition des entreprises mécènes par secteur d'activité



- 39% des entreprises mécènes appartiennent au secteur des services
- 35% au secteur de l'industrie manufacturière
- Les trois autres secteurs représentent 26%

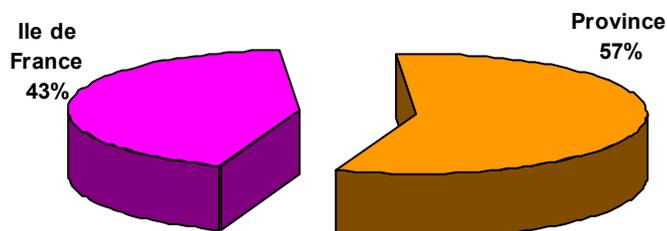
(1) Services : activités financières, activités immobilières, services aux entreprises, services aux particuliers, éducation, santé, action sociale

(2) Industrie manufacturière : industries des biens de consommation, industrie automobile, industries des biens d'équipement, industries des biens intermédiaires

(3) Industrie Agro-alimentaire : agriculture, sylviculture, pêche, industrie agricole et alimentaire

(4) Energie/transports/construction : production et distribution d'électricité, de gaz et eau, industrie extractive, construction, transport et communications

➤ Répartition des entreprises mécènes par région



Source : ADMICAL-CSA

- 57 % des entreprises mécènes sont implantées en province

⇒ **Le mécénat à la portée de tous**

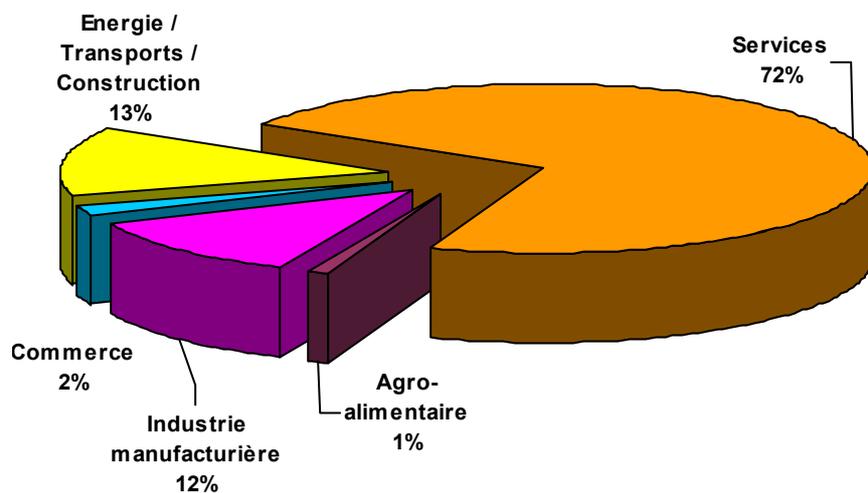
Contre toute idée reçue, le mécénat n'est pas l'apanage des grands groupes puisque 53% des entreprises mécènes sont des PME. Même si les domaines des services et de l'industrie sont prédominants (2/3 des entreprises), le mécénat touche tous les secteurs d'activités. Le mécénat n'est pas une affaire parisienne, en effet 57% des entreprises mécènes sont implantées en province.

Si le mécénat s'est étendu de la sorte c'est qu'il permet de répondre de manière adéquate aux nouvelles attentes de l'entreprise et de la société : implantation dans son environnement, construction d'une identité positive, cohésion interne, valorisation de l'image en externe...

3- Quel budget les entreprises ont-elles consacré au mécénat en 2005 ?

Le mécénat d'entreprise en 2005
1 milliard d'euros

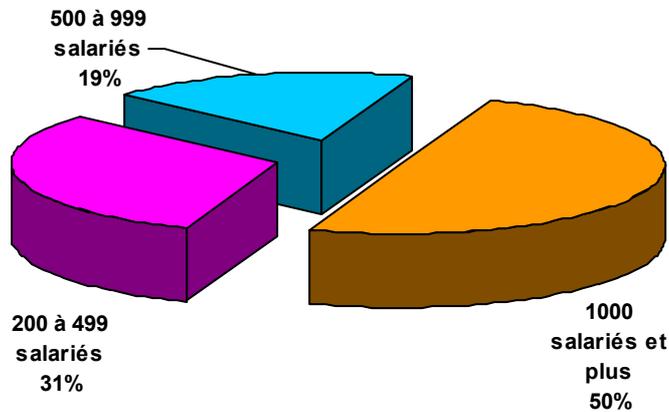
➤ Répartition du montant par secteur d'activité



Source : ADMICAL-CSA

- Le secteur des services domine largement avec 72%, loin devant les secteurs de l'énergie/transports/construction (13%), de l'industrie manufacturière (12%), du commerce (2%), de l'agro-alimentaire (1%)

➤ Répartition du montant du mécénat par taille de l'entreprise



Source : ADMICAL-CSA

- Le budget des PME représente 31% et celui des grandes entreprises 69%

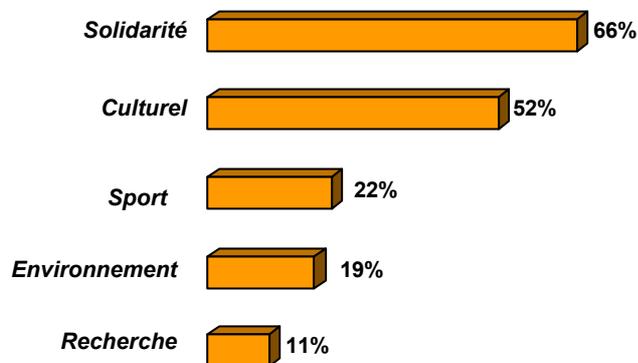
⇒ **Le secteur des services au rendez-vous**

La répartition du budget par secteur d'activité fait la part belle aux services (72%) qui sont par ailleurs les mécènes les plus nombreux. Ainsi les banques et assurances, mécènes historiques restent des contributeurs essentiels. 12% du budget total émane du secteur des entreprises de l'industrie manufacturière qui pourtant représente 35% des entreprises mécènes.

Le secteur de l'énergie/transport/construction (11% des entreprises mécènes) représente pourtant 13% du budget et montre son dynamisme.

Même si les grandes entreprises donnent près de 700 millions d'euros, les PME (de 200 à 499 salariés) ne sont pas en reste avec 30% du budget global.

4- Dans quels domaines les entreprises mécènes interviennent-elles ?



Source : ADMICAL-CSA

- La solidarité (66%) et la culture (52%) forment le duo de tête
- Puis suivent le sport (22%), l'environnement (19%) et la recherche (11%)

⇒ **Culture et solidarité des domaines de prédilection**

66% des entreprises interviennent dans le domaine de la solidarité. Cette croissance est une tendance dans la majorité des entreprises, notons en 2005 une forte mobilisation en faveur des victimes du tsunami.

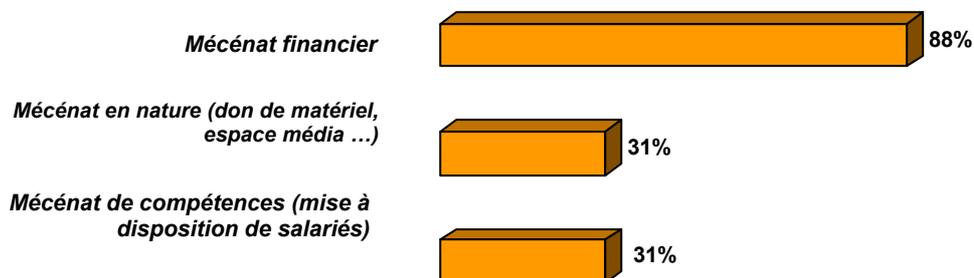
La culture est toujours un domaine convoité par les entreprises (52%). Elles diversifient leurs champs d'actions, au soutien de la culture s'ajoutent et s'imbriquent des programmes en faveur de la solidarité.

La distinction entre les divers domaines de mécénat est réalisée uniquement à des fins d'analyse statistique. Il n'y a pas de concurrence entre ces domaines mais une complémentarité croissante. De plus en plus d'entreprises pratiquent des opérations de « mécénat croisé » associant à la fois des actions culturelles et sociales ou environnementales, ou sportives et solidaires. Le sport, facteur d'insertion et d'éducation, entre clairement dans le champ du mécénat alors qu'il est la chasse gardée du sponsoring.

L'environnement n'est pas en reste (19%). Des actions en faveur du mécénat environnemental se développent souvent en cohérence avec la politique de développement durable.

L'intérêt des entreprises pour la recherche (11%) s'explique notamment par la création des fondations de recherche impulsée par le ministère de la Recherche.

5- Sous quelles formes les entreprises pratiquent-elles le mécénat ?



Source : ADMICAL-CSA

- 88% du mécénat d'entreprise est pratiqué sous forme de contribution financière
- Chacune des formes, mécénat en nature et mécénat de compétences concerne 31% des entreprises mécènes

⇒ Le salarié partie prenante du mécénat

Des mécènes actifs

Les entreprises sont inventives et utilisent de manière complémentaire l'éventail des formes de mécénat existantes. Même si le mécénat financier prédomine, les dons en nature (matériels, produits, technologie, prêt de locaux, espace média...) et le mécénat de compétences sont largement pratiqués par les entreprises.

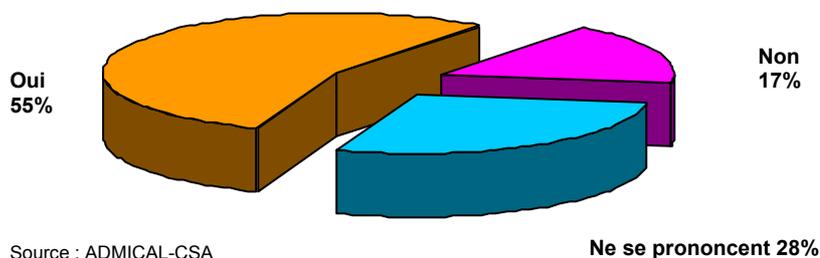
Ces nouvelles formes de soutien favorisent un partenariat actif entre le mécène et son bénéficiaire. C'est une autre conception du mécénat qui s'affiche définitivement : le mécénat d'initiative a pris le pas sur le mécénat de contribution.

Implication des salariés

1/3 des entreprises mécènes ont choisi le mécénat de compétences. Cette forme de mécénat et toutes les autres formes d'implication des salariés (bénévolat, parrainage, congés solidaires, volontariat...) construites en majorité autour de projets de solidarité permettent d'inscrire le mécénat dans la stratégie de communication interne de l'entreprise.

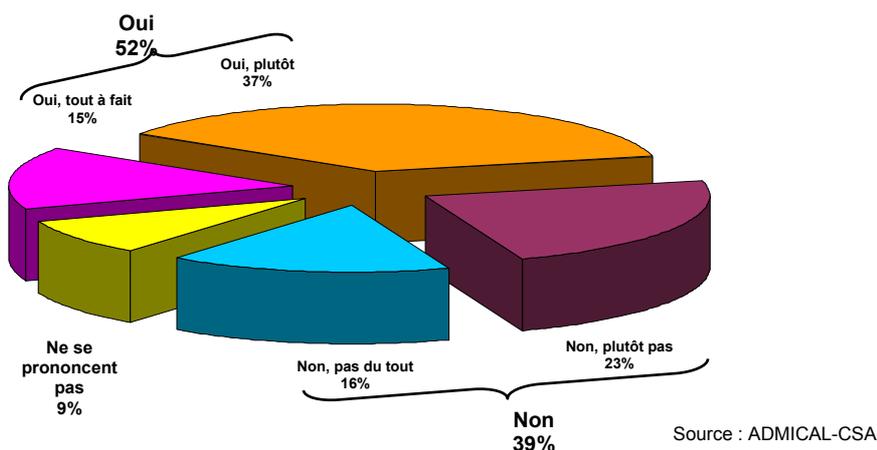
Cette tendance enracine le mécénat au sein de l'entreprise et transforme cet espace privé en un véritable lieu d'expression d'humanité.

6- Les entreprises ont-elles bénéficié des avantages fiscaux prévus par la loi du 1^{er} août 2003 ?



- 55% des entreprises pratiquant le mécénat vont bénéficier au titre de 2005 de la réduction d'impôt liée à la loi du 1^{er} août 2003

7- Cette disposition incite-t-elle les entreprises à augmenter leur budget ?



- 52% des entreprises envisagent d'augmenter leur budget

⇒ Les effets de la loi du 1^{er} août 2003

La loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations ouvre droit à une réduction d'impôt de 60% à hauteur de 0,5% du chiffre d'affaires H T. Cet avantage fiscal a eu un impact positif sur le développement du mécénat en France. S'il n'est pas considéré comme déclencheur de l'acte de mécénat il est indéniablement un accélérateur.

55% des entreprises déclarent bénéficier de la réduction d'impôt pour l'exercice 2005. De plus, la moitié des entreprises ont l'intention d'augmenter leur budget de mécénat.

Ces mesures incitatives ont favorisé la multiplication des fondations : sur les 180 fondations existantes, 60 ont vu le jour depuis 2004. (cf la revue d'Admical, *entreprises & mécénat* avril 2005 et avril 2006)

Une disposition de cette loi permet également aux salariés de faire des dons à la fondation de leur entreprise.

Les 10 chiffres clés

- ⇒ **18%** des entreprises de plus de 200 salariés **font du mécénat**
- ⇒ **53%** des entreprises mécènes sont des **PME**
- ⇒ **57%** des entreprises mécènes sont implantées en **province**
- ⇒ **1 milliard d'euros** consacré au mécénat d'entreprise en 2005
- ⇒ **72%** du budget global du mécénat émane du **secteur des services**
- ⇒ **31%** du budget global provient des **PME**
- ⇒ **66%** des entreprises mécènes soutiennent le domaine de la **solidarité**
- ⇒ **52%** des entreprises mécènes interviennent dans le domaine de la **culture**
- ⇒ **31%** des entreprises mécènes pratiquent le **mécénat de compétences**
- ⇒ **55%** des entreprises mécènes bénéficient au titre de 2005 de la **réduction d'impôt**

ADMICAL, carrefour du mécénat d'entreprise

Organisme de référence, ADMICAL a pour vocation de favoriser le développement du mécénat d'entreprise et pour missions principales :

- de représenter et soutenir les entreprises mécènes
- d'animer un réseau d'échange d'expériences
- de former et d'accompagner les acteurs du mécénat

Contacts :

Marianne Eshet, déléguée générale

Géraldine Bories, chargée des publications et d'Internet

Marianne Camus-Bouziane, chargée des manifestations et du développement

Nathalie Sauvanet, chargée de la formation et des questions juridiques



16 rue Girardon
75018 PARIS

Tel : 01 42 55 20 01

Fax : 01 42 55 72 31

contact@admical.org

www.admical.org