

Communiqué de presse. Paris, le 9 décembre 2014.

LES PATRONS, AUX PREMIERS RANGS DES MECENES

Près des trois quarts des chefs d'entreprises et cadres dirigeants sont mécènes à titre personnel. C'est ce que révèle le premier *Baromètre du mécénat des entrepreneurs*¹, publié ce matin par Admical, l'organisme qui développe le mécénat en France. Un engagement qui se conçoit tant par le don d'argent que par l'implication personnelle auprès d'organismes d'intérêt général, pour lesquels ils mettent à profit leurs compétences professionnelles.

Admical dévoilait également ce matin la nouvelle Charte du mécénat, outil de référence sur l'éthique du mécénat qui comporte déjà plus de 250 signataires.

Un taux de mécénat exceptionnel et durable chez les entrepreneurs

73 % des chefs d'entreprises et cadres dirigeants sont mécènes à titre personnel. Dans le détail : 56 % des entrepreneurs s'engagent par des dons d'argent, avec un **don moyen situé autour de 900 euros**, et 54 % mènent des actions de soutien à des projets d'intérêt général (conseil, levée de fonds, lobbying...). A noter : ils sont 37 % à faire les deux. Certains vont jusqu'à créer ou participer à la création de structures d'intérêt général, associations ou fondations (17 %). Ces engagements, qui augmentent en fonction de l'âge et des revenus, concernent environ **300 000 entrepreneurs en France**, pour un budget global de **200 millions d'euros annuels**. Cette forte implication dans l'intérêt général est stable dans la durée : 86 % des mécènes par le don, et 79 % des mécènes par l'action ont l'intention de continuer.



François Debiesse, vice-président d'Admical : « Nous découvrons qu'un nombre impressionnant d'entrepreneurs ont une vraie conscience du rôle sociétal qu'ils peuvent jouer, bien au-delà de leur rôle économique. C'est une excellente nouvelle pour les associations et fondations : la plupart des entrepreneurs sont véritablement disposés à leur apporter de l'aide, par des dons ou une implication personnelle, à condition qu'on leur propose des projets sur lesquels ils peuvent véritablement apporter une contribution décisive »

Des mécènes « professionnels »

Les entrepreneurs activent réflexes entrepreneuriaux et acquis professionnels dans leur mécénat, aussi bien dans les types d'aide apportés (notamment : activation du réseau, conseils, travail d'influence, participation à des instances de direction) que dans les exigences à l'égard des porteurs de projets (fixation d'objectifs, mesures de suivi et d'évaluation à 53 % chez les plus impliqués). Le dispositif fiscal qui permet aux particuliers de déduire une partie de leurs dons de leur impôt sur le revenu ou de leur ISF est connu par presque tous les entrepreneurs donateurs, et utilisé par 78 % d'entre eux.

Le mécénat peut aussi imprégner leurs pratiques professionnelles et leurs investissements : plus de la moitié des mécènes à titre personnel font état de politiques de mécénat dans leur entreprise dans les deux dernières années, 12 % des entrepreneurs intègrent des critères extra-financiers dans leurs investissements et 6 % investissent dans des entreprises solidaires.

Ce qui les attire : du local, du solidaire, faire bouger les choses

Les **domaines soutenus** en priorité par les entrepreneurs mécènes sont **la santé** (citée par 44 % des mécènes), **le social** (42 %) **et la solidarité internationale** (38 %). Ensuite, la culture (24 %), le sport (21 %) et l'éducation (20 %). Enfin, l'environnement (12 %), la recherche scientifique et

¹ Étude réalisée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de 300 chefs d'entreprise et cadres dirigeants, actifs et retraités, du 3 au 24 juillet 2014.

l'enseignement supérieur (12 %). Leurs motivations sont notamment l'**envie d'être utiles, de transmettre des valeurs**, et de **rendre à la société ce qu'elle leur a donné**. Ils aiment à "sentir qu'ils font bouger des choses" du fait de leur contribution personnelle, c'est pourquoi ils sont davantage attirés par des opérations dans lesquelles leur contribution participe dans une proportion non négligeable au projet, et par les initiatives locales. Enfin, les plus impliqués d'entre eux **engagent dans leur démarche de mécénat leur cercle familial, amical et professionnel**.

La Charte du mécénat, un outil pour tous les acteurs du secteur

Admical publiait également ce matin la nouvelle version de la Charte du mécénat, mise à jour suite à une consultation publique de tous les acteurs du secteur. Ce document qui comporte plus de 250 signataires permet aux professionnels de bénéficier d'un texte de référence sur le mécénat et son éthique, qu'ils peuvent annexer à leurs conventions (contrats) de mécénat.

Suppléments dans le dossier joint

- 5 **portraits** d'entrepreneurs mécènes
- les **résultats** complets de l'étude
- nouvelle **Charte du mécénat** et liste de ses signataires

A propos d'Admical

Admical est une association reconnue d'utilité publique qui développe en France la pratique du mécénat depuis 1979. Forte de ses 190 Adhérents, elle représente les mécènes auprès des pouvoirs publics et des instances internationales. Centre d'information et de formation au mécénat, Admical propose aux professionnels de ce domaine un carrefour de rencontre, de réflexion et d'innovation. Admical publie également le Baromètre du mécénat d'entreprise, le magazine *mécènes*, le *Répertoire du mécénat*... *N'hésitez pas à nous demander à être mis en contact avec des entrepreneurs mécènes !*

Contact presse : Hannah Berkouk – hberkouk@admical.org – 01 42 55 96 19



www.admical.org

Partenaires de l'étude



Le Crédit Coopératif est une banque coopérative dont la vocation est de mettre ses compétences au service des acteurs d'une économie responsable. Il accompagne des entreprises sensibles aux valeurs de l'économie sociale, de nombreux organismes d'intérêt général et associations pour lesquels il a développé des outils spécifiques. Le Crédit Coopératif invente depuis plus de 30 ans (avec le premier OPCVM de partage, puis les livrets tracés, le financement participatif...) les outils bancaires facilitant les relations entre entreprises, particuliers et associations, au profit de projets d'intérêt général.



Créé par un entrepreneur, Arnaud de Ménibus, en décembre 2009, le fonds de dotation Entreprendre & + a pour ambition de faire émerger une large communauté « d'impact entrepreneurs » en France. E&+ intervient pour soutenir toutes les étapes de la création de projets à fort impact social, depuis le stade de l'idée jusqu'au financement du développement : la sensibilisation, l'inspiration, la mise en action, la création, le changement d'échelle et la duplication.

Les Echos Les Echos, média français de référence, couvre toute l'actualité générale, de l'économie et des entreprises avec une attention constante portée à l'exhaustivité et à la qualité. La mission des Echos est de dévoiler en exclusivité les informations qui ont un impact sur la vie économique, de livrer les clés et les dessous des décisions prises, d'aider le lecteur à anticiper les bonnes décisions pour son business.

TNS Sofres

Référence des études marketing et d'opinion en France, TNS Sofres est une société du groupe TNS, n°1 mondial des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays. TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée. www.tns-sofres.com



Paris, 12/07/13, Jacqueline Délia Brémont,
vice présidente exécutive de la fondation Ensemble

J'ai validé les projets de la fondation Ensemble avec Jacqueline Délia Brémont

Elle nous a donné rendez-vous dans les bureaux de la fondation Ensemble, éclairés par la lumière étourdissante d'un après-midi d'été. Paris tourne au ralenti, mais pas Jacqueline Délia Brémont. Celle qui a d'abord été publicitaire, puis éditrice, nous avoue : « j'ai un certain âge, et pourtant, je n'ai jamais autant travaillé ! ». Une étincelle parcourt ses grands yeux bleus : elle est impatiente de passer en revue les projets présélectionnés cette année.

Autour de la table, elle a convié Alma, 17 ans, sa petite-fille venue des Etats-Unis : sa présence égaye l'assemblée. Jacqueline est soucieuse de lui expliquer les enjeux de la réunion à laquelle elle assiste, et de lui transmettre ses valeurs : « au Mozambique, les gens ont en moyenne 0,09 \$ par jour pour vivre, est-ce que tu te rends compte de ce que cela représente ? ». Pour Jacqueline Délia Brémont, il ne faut pas laisser de côté les pays très éloignés sous prétexte que la France a également besoin d'aide : « on me dit souvent qu'il vaut mieux soutenir des projets dans son propre pays. Pas d'accord. En apportant un soutien dans des pays moins avancés, je pense que l'on agit aussi localement. Par exemple, si le niveau de vie s'améliore dans un pays, il devient plus difficile d'y délocaliser une entreprise pour faire des économies sur les salaires ».

On l'aura compris, Jacqueline est une femme de convictions... Ce qui ne l'empêche pas de manier l'art du compromis, au sein même de l'objet de la fondation familiale. Lorsque le couple Brémont choisit de concrétiser son intention philanthropique il y a 10 ans, Jacqueline l'imagine plutôt du côté des questions environnementales, qui la passionnent depuis longtemps, tandis que son époux Gérard Brémont, président fondateur du groupe Pierre&Vacances Center Parcs, souhaite œuvrer au développement humain. La fondation agira donc en faveur de projets qui mêlent protection de l'environnement et développement des populations, ensemble.

Jacqueline est intarissable lorsqu'il s'agit d'évoquer le collègue de 35 experts et des multiples critères de sélection de la fondation, qui s'affinent d'année en année et lui permettent de proposer les projets à des co-financeurs en toute transparence. « Car n'allez pas vous imaginer que nous sélectionnons les projets sur un coin de table, en une seule réunion ! ». On s'en doutait un peu, vue l'épaisseur des dossiers qui trônent sur la table (imprimés, comme il se doit, en recto-verso sur papier recyclé), et les budgets en jeu (de 75 à 150 K€ par projet). Eau et assainissement, biodiversité, éco-agriculture, éco-habitat, énergies renouvelables, avec toujours une implication de la population locale... Chaque critère est évalué par 4 experts, les projets discutés sur un forum en ligne... Le comité final se déroule à un rythme soutenu, cadencé par de joyeux « next ! », lancés par Jacqueline, un peu plus souriante chaque fois qu'un projet est validé.

La complicité est manifeste entre Jacqueline et Olivier Braunsteffer, directeur général de la fondation, qui connaissent quasiment par cœur les dossiers des dix projets. Infatigable, Jacqueline a rencontré les ONG, *skypé* avec les porteurs locaux du projet, et leur rendra bientôt visite : « financer des projets ne me suffisait pas, je voulais m'impliquer à fond, participer à la sélection des projets, les suivre et ensuite me rendre sur le terrain pour voir leur réalisation. C'est l'ensemble de tout ce processus qui est passionnant ».

Car Jacqueline Délia Brémont veut comprendre. Les enjeux, les techniques utilisées, les motivations des acteurs. Même si elle s'en défend, elle devient au fil des ans une experte du développement et de l'environnement. C'est ainsi qu'elle nous apprend entre autres, que la bouillie bordelaise, contrairement à ce que l'on croit, n'est pas un pesticide si naturel, et qu'il faut s'en méfier !

Cette année la fondation prend des risques, certains projets sont compliqués, six nouvelles organisations entrent dans son giron... Mais les dix projets repérés ont reçu l'aval du comité : Jacqueline Délia Brémont peut conclure notre réunion dans un grand éclat de rire. Nous la quittons en nous demandant si elle a parfois le temps de prendre des vacances... ●

Texte et photo de Charlotte Dekoker



Paris, 29/10/13, Maurice Tchénio,
président fondateur de la fondation AlphaOmega

J'ai choisi de faire confiance à l'Apfée avec Maurice Tchénio

Maurice Tchénio est un entrepreneur. Un financier. Alors, quand Maurice Tchénio anime une réunion qui dresse le bilan et les perspectives du partenariat entre sa fondation, AlphaOmega, et une association, il emploie des mots comme *revolving*, *investissement*, *capitaux*, ou encore *rentabilité*. Des gros mots ? Non. Mais soyons honnêtes : des mots nouveaux dans le milieu des fondations et de l'intérêt général.

Ces mots-là, Maurice Tchénio les a maniés durant toute sa carrière professionnelle, où il a été un pionnier du *private equity*, un métier qui consiste à investir dans des entreprises en croissance, en leur apportant des fonds et un accompagnement stratégique, pour assurer la rentabilité de l'investissement. Maurice Tchénio est reconnu comme le *père* du *private equity* en France.

Alors, si Maurice Tchénio a été un entrepreneur visionnaire, pourquoi ne serait-il pas également un philanthrope visionnaire ? Après avoir programmé sa succession à Apax, société qu'il a fondée en 1972, il a souhaité s'impliquer « *financièrement et intellectuellement* », pour rendre à la société ce qu'elle lui a donné, en faisant ce qu'il sait et aime faire : accompagner des structures en croissance en leur apportant ... des fonds et des compétences. Ça ne vous rappelle rien ? Maurice Tchénio est un homme constant. Constant dans l'in-

novation : connaissez-vous beaucoup de mécènes qui soutiennent des structures et non des projets ? « *J'ai fait faire une étude d'un an pour tester le concept et j'ai vu que cela existait déjà aux Etats-Unis et que ça s'appelait la venture philanthropy. J'aimerais être celui qui a introduit en France la venture philanthropy*, explique Maurice Tchénio. *C'est une pratique qui peut surprendre car elle consiste à rajouter des coûts dans des structures qui ont plutôt une culture de l'économie* ».

Concrètement, nous apprenons au cours de la réunion que la fondation AlphaOmega a investi, pour cette première année d'un partenariat de cinq ans, 100 000 euros dans l'Apfée (Association pour favoriser l'égalité des chances à l'école), et autant en mécénat de compétences, afin de financer un poste de *fundraiser*, et de renforcer la démarche d'évaluation de l'association.

On l'aura compris, Maurice Tchénio est un homme de projets ambitieux : « *nous avons un objectif quantitatif - doubler le nombre d'enfants accompagnés par l'association - et un objectif qualitatif - sécuriser la structure pour assurer sa pérennité et mener une étude objective de l'amélioration de la capacité de lecture des enfants accompagnés* ». Tout est lié : si la question de l'évaluation est aussi importante dans cette première année de partenariat, c'est qu'elle permettra de mieux mesurer l'efficacité de l'Apfée, pour lever davantage de fonds, publics et privés, et enfin accompagner deux fois plus d'enfants. « *Il faut jouer ses cartes dans l'ordre* », explique Maurice Tchénio.

Et parmi les cartes que la fondation joue pour l'Apfée, trois dames de cœur qui entourent Maurice pour cette réunion. Martine Clavel, directrice générale de la fondation, associée de Maurice Tchénio chez Apax, suit d'un regard attentif Anne-Laure Robine, chargée d'investissement social, qui présente le bilan et les nouveaux objectifs du partenariat. Adeline de Finance, directrice du développement de la fondation, évoque les perspectives en termes de *fundraising*. Elle apporte son aide et son réseau au *fundraiser* nouvellement recruté à l'Apfée et lève des fonds pour la fondation. Objectif : 3 euros levés pour 1 euro investi par AlphaOmega.

Maurice Tchénio mène la réunion comme une flèche tendue vers le long terme, distribue la parole, veille à ce que chacun reste focalisé sur les objectifs, qu'il recentre et clarifie pour mieux motiver les troupes. Maurice Tchénio avance, il va vite, mais il veille à être bien compris, à agir avec pédagogie, avec Anne-Laure comme avec nous, qui essayons pourtant de nous faire oublier pour ne pas perturber la réunion : « *c'est à nous de démontrer, de faire la preuve que notre démarche est utile* ».

En dehors de la *venture philanthropy*, point de salut ? « *Pour moi, c'est la seule approche si l'on veut être efficace, mais le don désintéressé doit continuer à exister* ». Il y a donc une place pour les convictions chez ce philanthrope pétri de rationalité ... On aimerait en savoir plus, creuser le sillon, mais déjà Maurice s'en va, file vers une autre réunion. On entraperçoit un aéronef d'hommes en costumes foncés... Leur parlera-t-il de philanthropie ? ●

Texte et photo de Charlotte Dekoker



Noémie De Goÿs, présidente de la fondation Amisse
Paris, 14/01/2014

J'ai fait un speed meeting avec Noémie de Goÿs

Noémie de Goÿs n'est pas devenue mécène par hasard. Ou alors, juste un petit peu. Elle a 29 ans lorsque l'entreprise de son père, spécialisée dans les énergies renouvelables, permet au chef d'entreprise de donner à sa fille les moyens financiers de mener à bien plusieurs projets personnels. Voilà pour le hasard. Ensuite, c'est Noémie.

Noémie qui, depuis plusieurs années, avait déjà décidé d'agir dans le domaine de la solidarité. D'abord, pour en faire son métier. Stage dans une ONG, engagement bénévole auprès de l'Unicef, mission pour la promotion de l'économie sociale et solidaire auprès des jeunes en collaboration avec le ministère de la Jeunesse et des sports... « *J'avais envie de faire quelque chose dans le domaine de l'entraide et je baignais dans le milieu associatif. Je souhaitais, après mes études de communication, me spécialiser dans cette voie pour y travailler* ». De ses premiers engagements, Noémie retiendra deux points importants qui la guideront dans ses choix futurs. En premier lieu, l'important besoin de financement des ONG : « *j'ai pris conscience que c'était un sujet majeur* ». Ensuite, la place stratégique des femmes dans les actions de développement : « *j'ai beaucoup*

voyagé et constaté que les femmes sont souvent à l'origine de beaucoup de richesses, mais, discriminées, elles ne sont pas propriétaires de leur terre ni de leur travail. Elles n'ont pas été beaucoup intégrées dans les politiques de développement ». La femme, tout particulièrement dans les pays en voie de développement, sera donc au cœur des préoccupations de la fondation Amisse (qui est le nom de son père), qu'elle crée en 2009.

Nous retrouvons Noémie de Goÿs en début de soirée dans le hall d'un hôtel, à Paris, où elle est en déplacement professionnel. Car Noémie n'a pas fait que créer une fondation : elle a démarré, peu après, l'entreprise Nohèm qui propose des cosmétiques bio et responsables, ainsi que des protocoles de massages venus du monde entier. Une autre manière d'exprimer sa personnalité et ses convictions. « *Ce qui m'intéresse, c'est de créer des choses. La fondation est importante, j'ai d'ailleurs créé la fondation avant l'entreprise, mais je n'y dédie que 10 % de mon temps* ». Noémie de Goÿs se définit comme un entrepreneur avant tout, pour sa fondation comme pour sa société : « *ce ne sont pas deux démarches fondamentalement différentes, bien au contraire. Elles sont aussi très complémentaires : une partie du chiffre d'affaires de Nohèm est reversé à la fondation et ces deux activités me permettent chacune de faire des rencontres très inspirantes, dont je me nourris pour construire de nouveaux projets* ».

Rencontrer d'autres mécènes, financer des initiatives à plusieurs, est également très motivant : c'est l'investissement de la fondation Cojean qui a convaincu Noémie Amisse de soutenir l'École du Bayon qui crée une formation à la pâtisserie en partenariat à Angkor, au Cambodge, pour les jeunes filles en situation précaire. C'est le responsable de ce projet qu'elle rencontre ce soir. « *J'ai déjà choisi de soutenir l'École, mais il est important pour moi de rencontrer les personnes qui portent le projet* ». Premier rendez-vous. Noémie est à l'écoute. La grande empathie dont elle fait preuve ne l'empêche pas de poser les questions essentielles : planning du projet, avancement des travaux, utilisation des fonds, suivi et évaluation... L'objectif de l'École du Bayon n'est pas de transformer les jeunes filles en pâtissières hors pair, mais de leur permettre de s'adapter au monde du travail pour s'insérer dans le tissu économique local en trouvant un emploi dans le milieu de l'hôtellerie, en fort développement dans la région. En outre, l'école a pour objectif de s'auto-financer par la vente des gâteaux fabriqués sur place. C'est ce qui, dans cette démarche, a séduit Noémie Amisse.

L'échange se termine. Noémie file vers l'Opéra où un autre rendez-vous l'attend. On se demande si, à 33 ans, après avoir donné vie à une fondation, une entreprise et deux enfants, elle trouve encore de nouveaux projets qui parviennent à la faire vibrer. On est vite rassuré : ses yeux brillent autant que les nôtres lorsqu'elle évoque la possibilité d'aller rencontrer sur le terrain les jeunes apprenties des temples d'Angkor ●

Texte et photo : Charlotte Dekoker



Arnaud de Ménibus, fondateur et président d'Entreprendre & +, Paris, 26/05/2014

J'ai parlé d'argent avec le sourire grâce à Arnaud de Ménibus

« J'ai beaucoup d'admiration pour les entrepreneurs sociaux. Leur engagement est total. Ils se heurtent à toutes les difficultés classiques de l'entrepreneuriat, avec deux problèmes supplémentaires : ils ont moins d'argent et ne sont pas beaucoup reconnus. » Ces quelques mots donnent un aperçu de la personnalité d'Arnaud de Ménibus : homme de passion, de coups cœurs, et chef d'entreprise aguerri. Ils résument également les raisons pour lesquelles nous nous trouvons dans son bureau lumineux de la rue Bayard, en cet après-midi de mai : aider Matthieu Dardaillon, fondateur de *Ticket for Change*, à trouver des financements et faire reconnaître son projet. Ce tour de France destiné à sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat social bénéficie déjà d'une certaine visibilité médiatique, mais le budget n'est pas encore bouclé. Arnaud de Ménibus est bien décidé à mettre la main à la pâte, après l'avoir mise au portefeuille.

Concrètement ? En devenant partenaire-fondateur du projet, le créateur du fonds de dotation *Entreprendre & +* s'est engagé à apporter non seulement un soutien financier - à hauteur de 100 K€ - mais aussi son expertise d'entrepreneur, l'accès à son réseau

et son temps : « *Au départ, nous nous voyions tous les mois ou tous les deux mois. Maintenant que le projet s'accélère, c'est toutes les semaines.* ». Alors, Arnaud appelle lui-même les mécènes potentiels, décroche des rendez-vous auxquels il accompagne parfois Matthieu, qu'il abreuve de conseils : « *Dans la levée de fonds, il faut alimenter en permanence d'informations les gens, et relancer une, deux, trois fois par semaine.* ». Matthieu acquiesce d'un sourire, ce qui ne l'empêche pas de proposer ses idées et ses méthodes, par lesquelles Arnaud se laisse lui aussi convaincre. S'il existe un juste équilibre entre le mécène et le porteur de projet, il faut croire que ces deux-là l'ont trouvé : chacun est à l'écoute et respecte l'autre dans son savoir-faire.

C'est notamment pour pouvoir mettre à disposition des ressources humaines qu'Arnaud de Ménibus a créé *Entreprendre & +*, qui initie et accompagne des projets favorisant le développement de l'entrepreneuriat social en France : « *Avant, je ne donnais que de l'argent. En créant un fonds de dotation, j'ai voulu donner une cohérence à mes actions, et apporter plus que des financements.* ». Plus, c'est-à-dire l'appui d'une personne à temps plein, Madeleine Ceyrac, ancienne consultante en développement durable, elle-même créatrice d'une entreprise sociale. Une ressource supplémentaire a également été recrutée pendant 8 mois pour *Ticket for Change*. « *J'essaie d'avoir le même regard sur un projet que sur une entreprise dans laquelle on me demande d'investir : je cherche à avoir un rôle de déclencheur, à faire franchir une étape au projet. Donner généreusement, mais en aidant vraiment les gens à en faire quelque chose, et en donnant envie à d'autres de faire comme moi.* »

On comprend rapidement au cours de l'échange, que le mécène est très préoccupé par la pérennité du projet TFC : si l'urgence est de s'organiser pour que le budget soit bouclé avant le départ du tour, on pense aussi, et beaucoup, à l'après. D'une part, Arnaud tient à l'accompagnement des jeunes sur le long terme, car « *tous les échecs viennent du manque de suivi.* ». D'autre part, pour le fondateur d'*Entreprendre & +*, « *L'entreprise sociale n'est pas forcément pérenne, mais il faut la rendre pérenne.* ». Comment ? D'abord, en prouvant son efficacité : un impact social maximal au moindre coût. Ensuite, en trouvant des modèles de rentabilité, c'est-à-dire une façon de vendre les services que l'entreprise sociale propose. « *Par exemple, on voit l'Etat sous-traiter à certaines entreprises sociales. Il ne s'agit pas simplement de faire moins cher que l'action publique : la société civile peut être plus compétente et plus efficace que l'Etat pour trouver des solutions à des problèmes.* »

On ne peut s'empêcher de remarquer qu'en quittant Matthieu, Arnaud de Ménibus a tout simplement l'air heureux. Le bonheur serait-il le meilleur ingrédient d'un mécénat réussi ? « *Je pense qu'un mécénat est d'autant plus réussi qu'il représente qui on est, exactement comme pour le mécénat d'entreprise.* ». Arnaud de Ménibus aurait-il appris par cœur la Charte d'Admical ? ●

Texte et photo : Charlotte Dekoker



Blandine Mulliez, présidente de la fondation
Entreprendre - Paris, 26/08/14

J'ai fait le tour du propriétaire avec Blandine Mulliez

C'est la rentrée, la pluie martèle Paris depuis quelques jours. Pourtant, c'est sous un soleil éclatant que Blandine Mulliez nous ouvre les portes de La Filature. Nous avons rendez-vous pour une visite de la nouvelle pépinière associative du 10^e arrondissement. « Nous avons récemment transformé la dotation de la fondation Entreprendre¹ en bien immobilier. Une façon pour nous de rendre cet argent encore plus utile aux associations qui œuvrent au développement de l'entrepreneuriat : nous les accueillons dans cette ancienne usine textile entièrement rénovée, où elles peuvent venir travailler de façon ponctuelle ou permanente », explique Blandine, présidente de la fondation. Sept structures y ont déjà leurs bureaux. « L'idée est de susciter des échanges et des actions transversales ». Une mission qui complète l'objectif de la fondation : initier et soutenir les programmes qui préparent et accompagnent les futurs entrepreneurs, et sensibilisent les jeunes à l'entreprise. Des actions qui reposent beaucoup sur la philanthropie des chefs d'entreprises en France : une démarche qu'on connaît bien dans la famille Mulliez.

A l'origine de la fondation, André Mulliez, père de Blandine et créateur du réseau Entreprendre : « en 1986, à la tête de la société Phildar, il a dû licencier 600 personnes. Une expérience pénible pour un chef d'entreprise. Il a donc cherché à apporter sa contribution pour créer de nouveaux emplois ». Lorsqu'elle parle de ses modèles, Blandine cite aussi son frère Christophe, décédé en 2010. S'il était directeur du développement durable des supermarchés du groupe Auchan, il était également diacre et « un vrai philanthrope engagé, un humaniste. Dans ma famille comme dans beaucoup d'autres, on pense que le bruit ne fait pas de bien et le bien ne fait pas de bruit. Pourtant, Christophe disait : quand le bien, bien fait, fait du bruit, ce bruit, bien fait, fait du bien. J'adhère. »

Alors, Blandine cultive la différence en faisant un peu de bruit : elle n'a pas peur de parler de philanthropie ou d'entrepreneuriat, dans les médias, les écoles, ou auprès du Gouvernement. « Cela fait partie de mon engagement : pour faire évoluer les pensées, il faut incarner ses convictions et les partager ». Blandine parle, certes, mais elle écoute aussi beaucoup. On est frappé par l'attention qu'elle porte à ses interlocuteurs. Nous croisons des membres de l'association Entreprendre Pour Apprendre : tutoiement, humour et décontraction sont de mise. Cependant, la bienveillance n'empêche pas l'exigence : « nous attendons des structures que nous soutenons un véritable retour humain sur investissement ». L'humain, une notion importante pour la présidente de la fondation Entreprendre : « depuis toujours, je veux remettre les Hommes debout. J'ai d'ailleurs commencé ma carrière dans le médical. J'ai envie de voir les gens heureux de vivre, et j'essaie d'y contribuer. Développer l'esprit d'entreprendre, c'est prévenir des précarités liées au manque d'emploi : logement, santé, ... ».

La visite se poursuit : bureaux et salles de réunion modernes et chaleureux, répartis autour d'un atrium lumineux. Un cadre idéal pour organiser des événements. Dernier en date : un colloque dédié à l'entrepreneuriat au féminin. « Nous y avons dévoilé une étude inédite² qui dissipe de nombreux préjugés et permettra d'engager des actions pilotes ». Plus d'une centaine de personnes présentes, d'horizons entrepreneuriaux variés.

Pour Blandine, chaque détail compte afin que La Filature soit un lieu accueillant. La porte d'entrée, par exemple, ne devrait pas être fermée : « c'est important, c'est un espace ouvert. Je voudrais qu'on n'ait pas besoin de sonner pour entrer ». Quelqu'un sonne, justement. Blandine se déplace elle-même pour ouvrir, puis intercale un objet dans la porte pour joindre le geste à la parole, un sourire malicieux sur les lèvres.

On voudrait rester, tisser du lien à La Filature. Mais il est déjà temps de passer la porte dans l'autre sens. Étonnamment, ce jour-là, le soleil nous accompagnera jusqu'au soir ●

Texte et photo : Charlotte Dekoker

Baromètre du mécénat des entrepreneurs

Résultats de l'étude Admical – TNS Sofres

9 décembre 2014

En partenariat avec : **LesEchos**



1 – Présentation de l'étude	3
2 – Quels sont les grands enseignements de cette enquête ?	6
2.1 Combien y a-t-il d'entrepreneurs mécènes ? Qui sont-ils ? Combien donnent-ils ?	7
2.2 Dans quels secteurs interviennent-ils ? Et comment font-ils leurs choix ?	19
2.3 Pourquoi donnent-ils ? Qu'est-ce qui les motive ou pourrait les motiver ?	28
2.4 Quel lien avec leur métier, leur expérience d'entrepreneur ?	37
3 – Pour conclure : les enseignements clés	44

1 – Présentation de l'étude

Admical a lancé la première enquête visant à mieux connaître l'engagement – à titre personnel - des entrepreneurs français dans le monde associatif

- ❖ Qui sont-ils ? Combien sont-ils en France ?
- ❖ A quelles causes donnent-ils ?
- ❖ Comment s'engagent-ils ? Quelles sont leurs motivations ?
- ❖ En quoi cette posture est-elle spécifique et porteuse ?

VOLET QUANTITATIF

ENQUETE DE CADRAGE

Echantillon : 300 chefs d'entreprise et cadres dirigeants, représentatifs des cadres en entreprises françaises de 10 salariés et plus (selon les critères de taille et de secteur). Actifs et retraités.

Mode de recueil : téléphone

Dates de terrain :
du 3 au 24 juillet 2014

APPROFONDISSEMENT

Auprès de **47 personnes** interrogées via le réseau Admical et le réseau de ses partenaires HEC, CJD, Crédit Coopératif, Essec, Medef, Entrepreneurs et Dirigeants Chrétiens, Entreprendre &+, les Echos, ASMEP-ETI, Croissance Plus, un Esprit de famille.

... Des « **hypermécènes** » par leurs comportements
→ *Résultats à lire en tendance (profil spécifique, effectif réduit)*

Mode de recueil : online

Dates de terrain :
du 23 septembre au
6 novembre 2014

VOLET QUALITATIF

ENTRETIENS QUALITATIFS

Profil : 3 fundraisers
(professionnels de la levée de fond) auprès d'entrepreneurs mécènes, dont 1 est lui-même entrepreneur

Méthodologie : entretien en face à face d'1h

Dates : de juin à septembre 2014

2 – Quels sont les grands enseignements de cette enquête ?

2.1 Combien y a-t-il d'entrepreneurs mécènes ?

Qui sont-ils ?

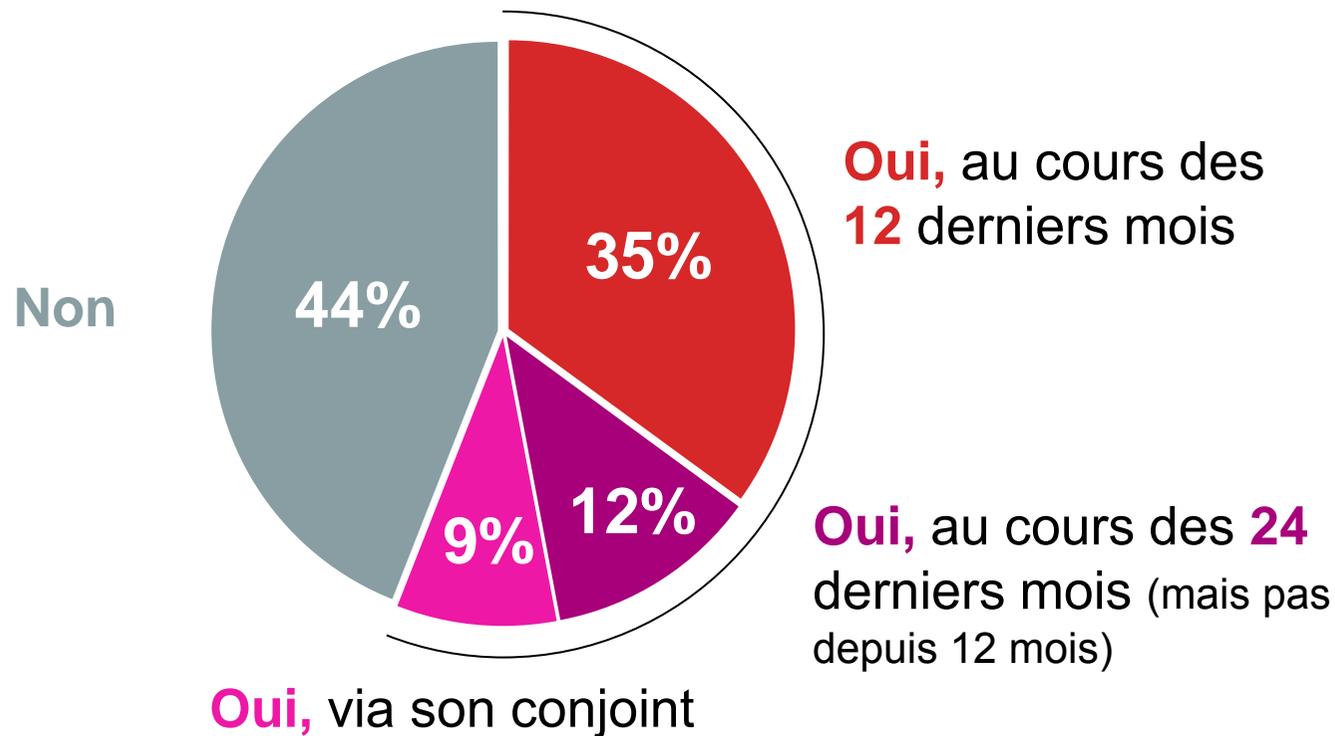
Combien donnent-ils ?

Dons d'argent à titre personnel : une pratique plus répandue que la moyenne des Français *

Avez-vous fait, à titre personnel, des dons d'argent à des organismes ou à des projets d'intérêt général au cours des 2 dernières années ?
(si oui) Plus précisément, avez-vous fait, à titre personnel, des dons d'argent à des organismes ou à des projets d'intérêt général au cours des 12 derniers mois ?

(si non) Est-ce votre conjoint(e) qui s'occupe des dons d'argent dans votre foyer ?

(Base : ensemble – n = 300)



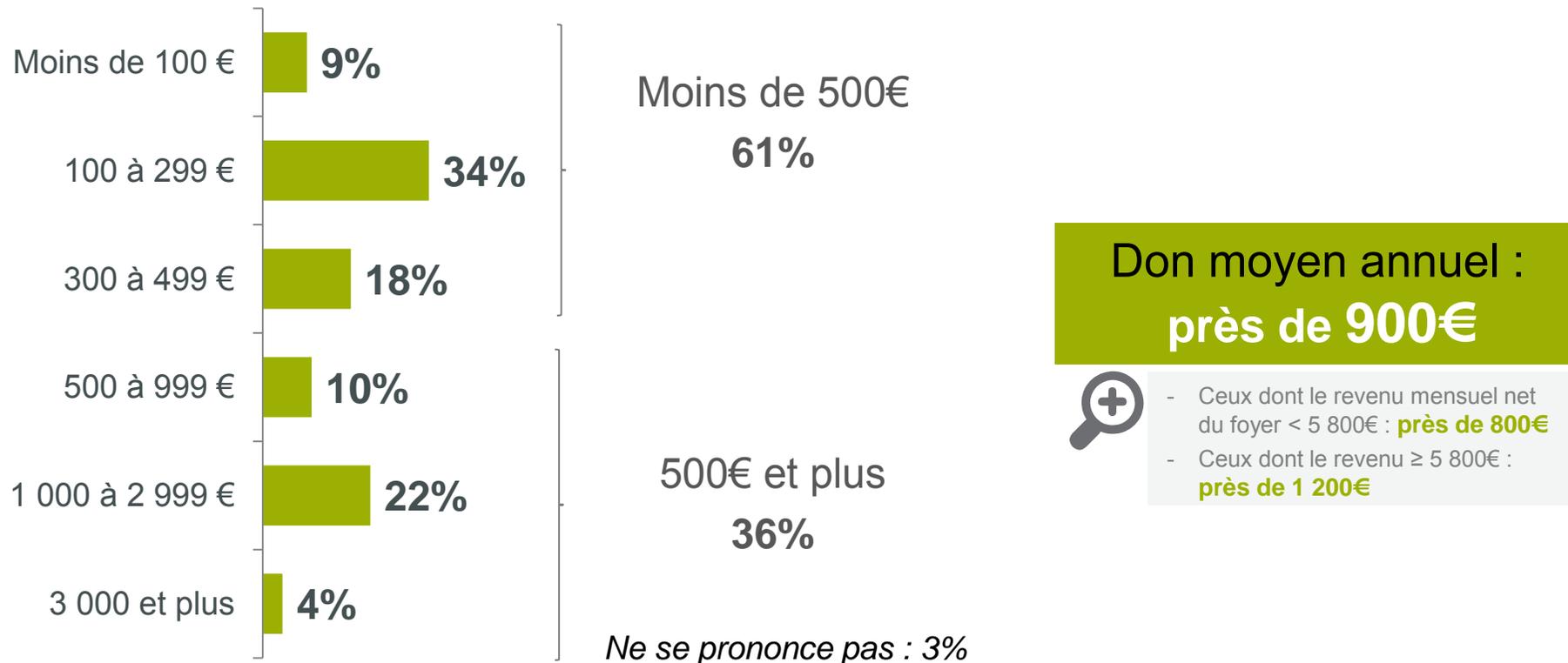
56% des interviewés ont fait - à titre personnel - des dons d'argent, au cours des 2 dernières années

* 47% des Français déclaraient donner tous les 2/3 ans en 2013
(Source : Note technique publiée par France générosités en juin 2013 au sujet du Baromètre Notoriété Image TNS Sofres)

... Et des montants donnés plus élevés *

Montant annuel des dons

A combien évaluez-vous les dons d'argent faits à titre personnel à des organismes ou projets d'intérêt général chaque année ?
(Base : donateurs au cours des 24 mois – n = 167)



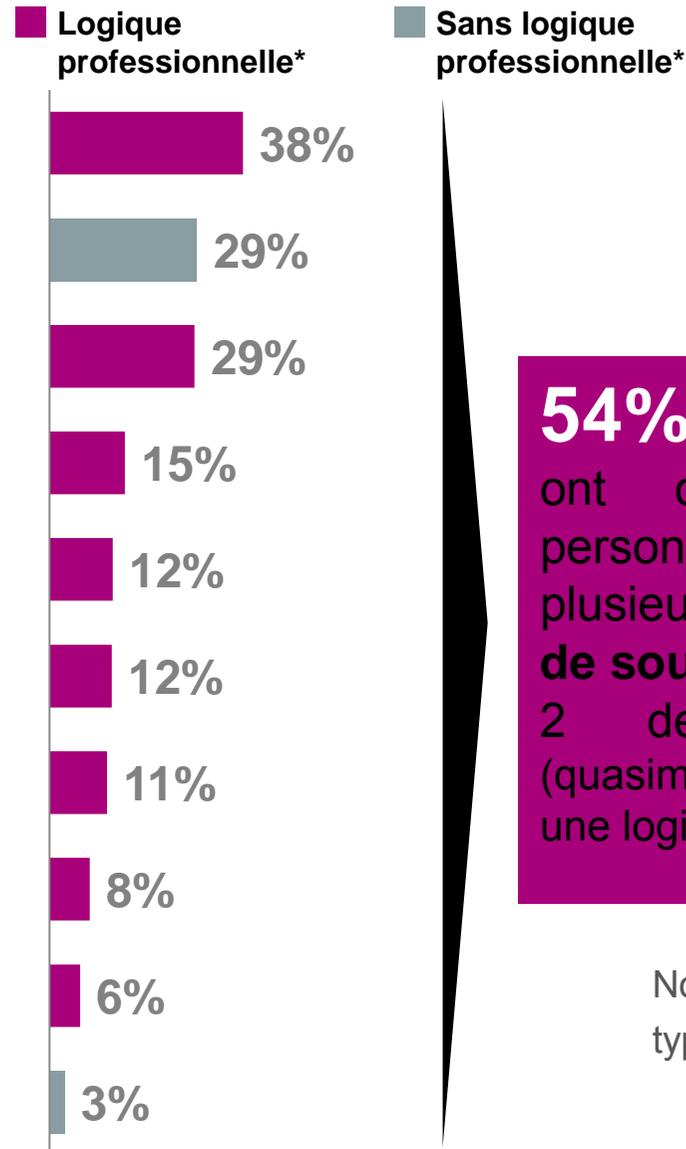
* En 2013, 58% des donateurs français donnaient moins de 50€ par an, 37% plus
(Source : Note technique publiée par France générosités en juin 2013 au sujet du Baromètre Notoriété Image TNS Sofres)

Un mécénat qui se conçoit autant à travers le don de temps qu'à travers le don d'argent

En dehors des dons d'argent, vous est-il arrivé, au cours des 2 dernières années, d'apporter votre soutien à titre personnel à des organismes ou projets d'intérêt général en...?

(Base : ensemble – n = 300)

- Donnant des conseils** issus de votre expérience de dirigeant
- Participant aux **opérations et événements** mis en place
- Activant votre réseau** de connaissances pour soutenir un projet
- Développant des projets, par la **mise en œuvre des méthodes de gestion** issues de l'entreprise
- Intégrant dans votre processus d'investissement des **critères extra financiers ESG** (Environnement, Social, Gouvernance)
- Etant membre du **conseil d'administration** d'un ou plusieurs organismes
- Effectuant un **travail d'influence**, de médiatisation, de lobbying
- Mettant en place des **collectes de fonds**
- Investissant dans des entreprises solidaires** qui ont comme premier objectif de répondre à un besoin social mais offrent un retour financier modéré
- Accordant des prêts solidaires, par la participation à des **projets de financement collaboratif**



54% des interviewés ont conduit, à titre personnel, un ou plusieurs types d'**actions de soutien**, au cours des 2 dernières années (quasiment tous en intégrant une logique professionnelle)

Nombre Moyen de types d'actions : **3**

* Faisant appel aux compétences professionnelles des cadres dirigeants

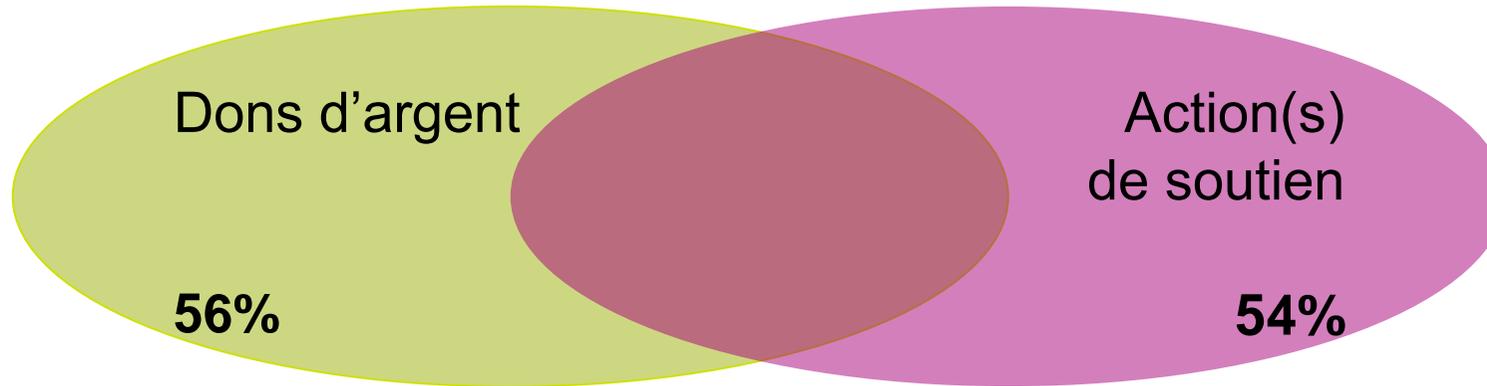
**Ce que les mécènes de moins de 35 ans
font plus spécifiquement**

- Activation de leur réseau pour soutenir un projet (39% vs 27% pour les plus âgés)

**Ce que les mécènes de 35 ans et plus
font plus spécifiquement**

- Conseils issus de leur expérience de dirigeant (40% vs 25% pour les plus jeunes)
- Présence dans le conseil d'administration d'un ou plusieurs organismes (14% vs 0%)
- Travail d'influence, de médiatisation, de lobbying (13% vs 6%)
- Critères extra-financiers ESG intégrés dans le processus d'investissement (14% vs 3%)
- Investissement dans des entreprises solidaires (6% vs 0%)

**Au total, dans la communauté des entrepreneurs,
les $\frac{3}{4}$ environ sont mécènes**



19%
« MECENES PAR LE DON
EXCLUSIVEMENT »

37%
« MECENES MIXTES »
cumulant dons d'argent et
action(s) de soutien

17%
« MECENES PAR L'ACTION
EXCLUSIVEMENT »

Au total, **73%** des interviewés ont fait, à titre personnel, des **dons d'argent et/ou action(s) de soutien** en faveur d'organismes ou de projets d'intérêt général, au cours des 2 dernières années.

La population des chefs d'entreprises et cadres dirigeants actifs et retraités des entreprises privées, de 10 salariés et plus, représente environ 410 000 personnes en France.

73% des interviewés ont fait, à titre personnel, des **dons d'argent et/ou action(s) de soutien** en faveur d'organismes ou de projets d'intérêt général, au cours des 2 dernières années.

↓
Sur cette base, on estime le **nombre de chefs d'entreprises et cadres dirigeants** actifs et retraités (des entreprises privées de 10 salariés et plus) mécènes à titre personnel à **300 000 personnes** environ.

56% des interviewés ont fait - à titre personnel - des **dons d'argent**, au cours des 2 dernières années

Avec un don moyen annuel à près de **900€**

Le nombre de chefs d'entreprises et cadres dirigeants actifs et retraités (des entreprises privées de 10 salariés et plus) donateurs à titre personnel à **230 000 personnes** environ ;

et le montant des dons à **200 millions d'euros** environ (soit environ 10% des dons recensés par la Direction Générale des Finances publiques).

Sources : INSEE, APEC, AGIRC et DGFP

Un public qui n'hésite pas à créer des structures d'intérêt général

En parallèle...

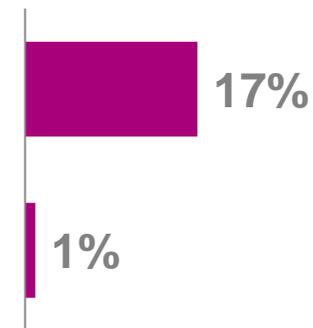
(Base : ensemble – n = 300)

A créé ou participé à la création...

D'un **organisme d'intérêt général** (association ou fondation)

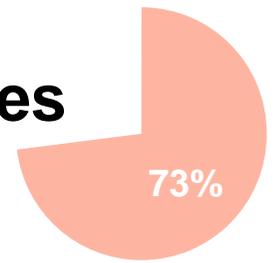
D'une **structure de mécénat dédiée*** (du type fonds de dotation)

Oui



Au total, 18% des entrepreneurs ont créé ou participé à la création d'au moins une structure

* Structure chargée de mettre en œuvre la politique de mécénat de l'entrepreneur en distribuant des fonds ou en menant elle-même des actions



La pratique est plus courante chez...

CARACTERISTIQUES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES

- **Les retraités** (90% des entrepreneurs retraités sont mécènes) ;
- En lien avec **un effet âge** :
 - 87% des 65 ans et plus sont mécènes,
 - 73% des 50-64 ans,
 - Et moins des 2/3 des moins de 50 ans,
- **Les plus aisés** : 84% des entrepreneurs qui gagnent 5800 € et plus (revenu mensuel net du foyer) sont mécènes, vs 69% chez les autres ; et 85% de ceux qui sont **soumis à l'ISF**.

CARACTERISTIQUES DE L'ENTREPRISE (Dernière entreprise pour les Retraités) :

- Les entrepreneurs de **grandes entreprises** (250 salariés et plus) sont mécènes à 87%, vs 72% des entrepreneurs d'entreprises de 50 à 249 salariés, et 64% d'entreprises de 10 à 49 salariés.
- NB : 97% des entrepreneurs interrogés appartenant à des **groupes du CAC40** sont mécènes (*base faible – n = 26 !*).
- Les entrepreneurs de l'industrie (77%), vs ceux des Services (74%), du Commerce (74%), et du BTP/Transport (57%)



37%

« MECENES MIXTES », cumulant dons d'argent et action(s) de soutien

La pratique est plus courante chez

- ...**les retraités** (53% des entrepreneurs retraités - et 50% des 65 ans et plus - sont des 'mécènes mixtes', vs 30% d'actifs ;)
- ...**les plus aisés** : 53% des entrepreneurs qui gagnent 5800 € et plus le sont (vs 33% des autres)
- ... les entrepreneurs **de moyennes et grandes entreprises** : plus de 40% des entrepreneurs (actifs ou retraités) d'entreprises de 50 salariés et plus le sont (dont 46% au sein des entreprises de 250 salariés et plus), et 51% des entrepreneurs d'entreprises du Cac40
- ... les entrepreneurs de **l'industrie** (44%).

17%

« MECENES PAR L'ACTION » privilégiant une/des action(s) de soutien

La pratique est plus courante chez

- ...**les plus jeunes** (33% des entrepreneurs de moins de 35 ans sont des 'mécènes par l'action' vs 15% des 35 ans et plus)
- ...**les moins aisés** (20% de ceux qui gagnent moins de 5800€ en sont, vs 10% chez ceux qui gagnent plus)
- ...les entrepreneurs du secteur du **commerce** (23%)

> *Le mécénat par l'action constitue donc une première étape dans le cheminement*

NB : On ne note pas de spécificités chez les « MECENES PAR LE DON » privilégiant les dons d'argent

Approfondissement auprès de 47 entrepreneurs mécènes (contactés via les réseaux activés par l'Admical)

Leur engagement se caractérise de la façon suivante :

94% ont fait des dons d'argent au cours des 24 derniers mois

- dont 87% au cours des 12 derniers mois
- Don moyen annuel : **5 800€**

98% ont fait au moins une action(s) de soutien au cours des 24 derniers mois.

62% ont créé au moins une structure :

- 51% ont créé un organisme d'intérêt général
- 17% une structure de mécénat dédiée

**Au total, 92% sont des « mécènes mixtes » :
cumulant dons d'argent et action(s) de soutien**



Ce sont donc, en quelque sorte, des...

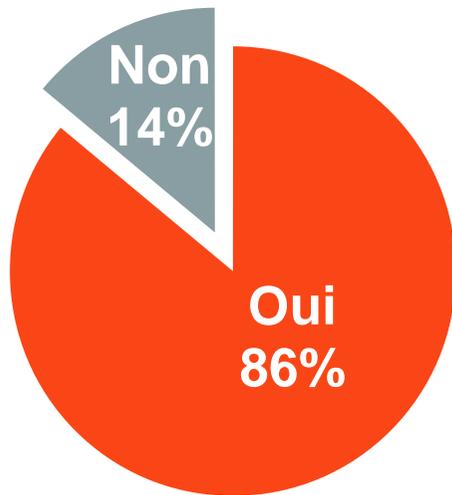
« Hypermécènes »

Un engagement fort et stable dans la durée

Intention de dons

Avez-vous l'intention de continuer à faire des dons d'argent à titre personnel dans les deux ans à venir, pour des organismes ou projets d'intérêt général ?

(Base : donateurs au cours des 24 mois – n = 167)



HYPERMECENES
81%

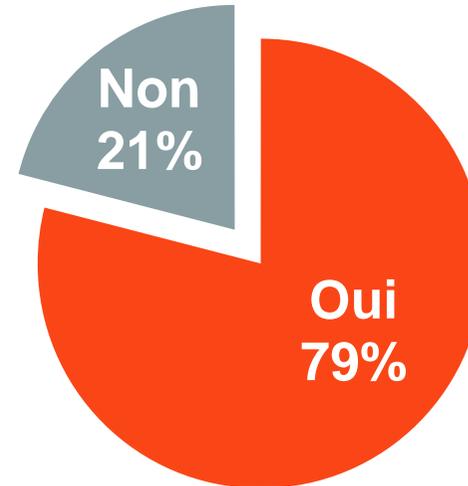
Dont :

- 32% pensent intensifier cet engagement
- 45% le maintenir tel que
- 4% le réduire

Intention de soutien

Vous m'avez dit avoir effectué, au cours des 2 dernières années, une ou plusieurs actions de soutien à titre personnel à des organismes ou projets d'intérêt général, en dehors des dons d'argent. Avez-vous l'intention de continuer ces actions de soutien dans les deux ans à venir ?

(Base : font des actions de soutien – n = 163)



HYPERMECENES
89%

Dont :

- 19% pensent intensifier cet engagement
- 66% le maintenir tel que
- 4% le réduire

Les intentions de dons des entrepreneurs sont légèrement plus stables que celles des entreprises : seules 79 % des entreprises mécènes en 2014 ont l'intention de maintenir leur mécénat en 2015 : 4% l'augmenter, 65 % le maintenir, et 10 % le réduire

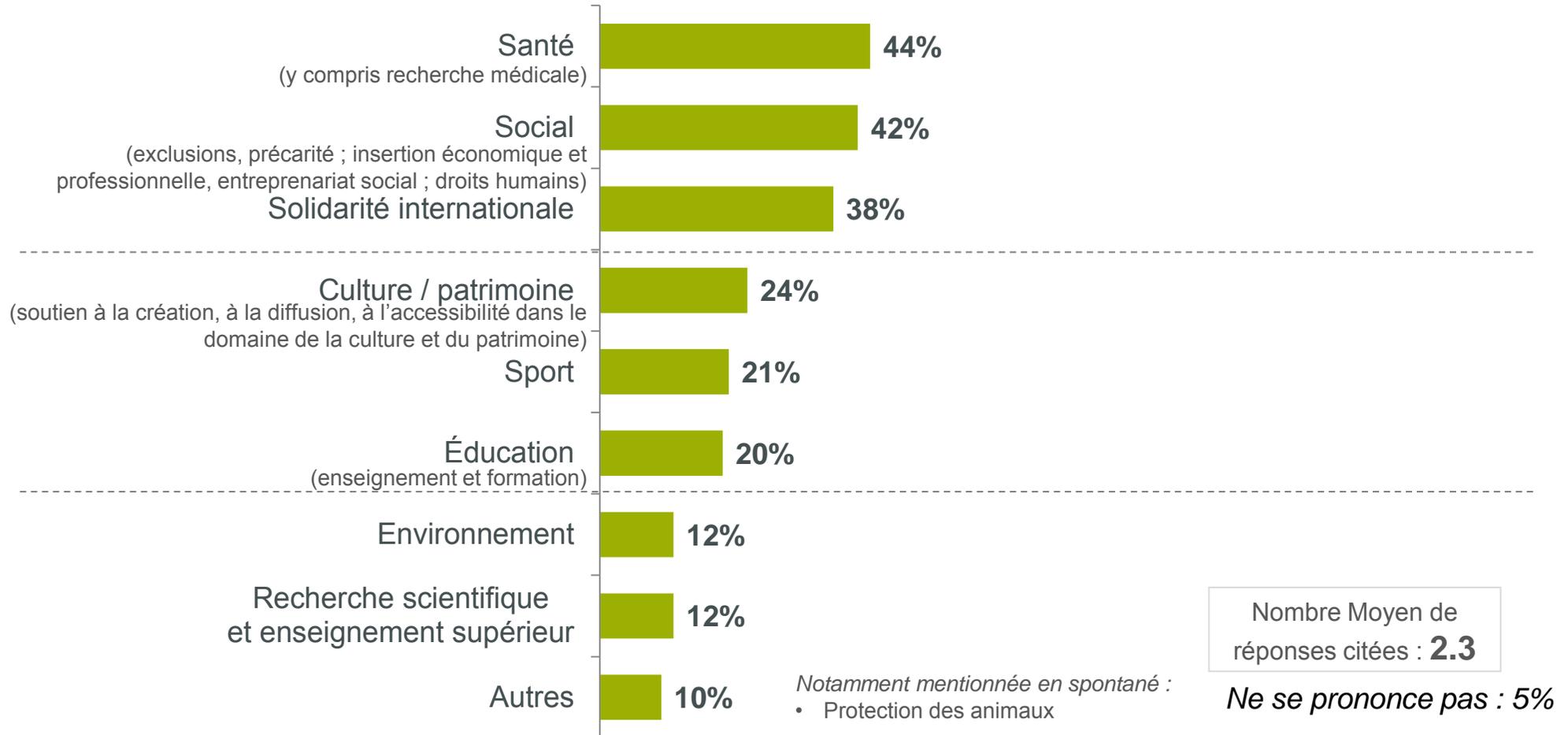
Ce qu'il faut retenir...

- 👉 **Un taux de mécénat à titre personnel, chez les entrepreneurs, durable et très élevé, mêlant les dons et les actions.**
- 👉 **Les entrepreneurs ne sont pas des mécènes comme les autres**
 - Ils sont plus facilement donateurs que le grand public, plus généreux dans les montants investis,
 - Et s'engagent dans l'action autant que dans le don : la moitié d'entre eux donnent de leur temps, en intégrant généralement une logique professionnelle.
- 👉 **Les très impliqués (« hypermécènes »), fonctionnant probablement davantage encore en réseau, ont un comportement assez spécifique**
 - Ils cumulent pour la quasi-totalité d'entre eux dons et action(s) de soutien,
 - Et créent plus facilement des structures.

2.2 Dans quels secteurs interviennent-ils ? Et comment font-ils leurs choix ?

Toujours à titre personnel, dans quel(s) domaine(s) vous êtes-vous investi(e) que ce soit par des dons en argent ou des actions de soutien au cours des 2 dernières années ?

(Base : Entrepreneurs mécènes – n = 220)



Le mécénat personnel permet aux entrepreneurs plus de variété ou de souplesse dans leurs choix de domaines que les entreprises, qui se conforment à une stratégie et des axes définis et ne soutiennent en moyenne que 1,8 domaines. A titre personnel, les entrepreneurs soutiennent davantage le social et la solidarité internationale que les entreprises, et moins le sport.

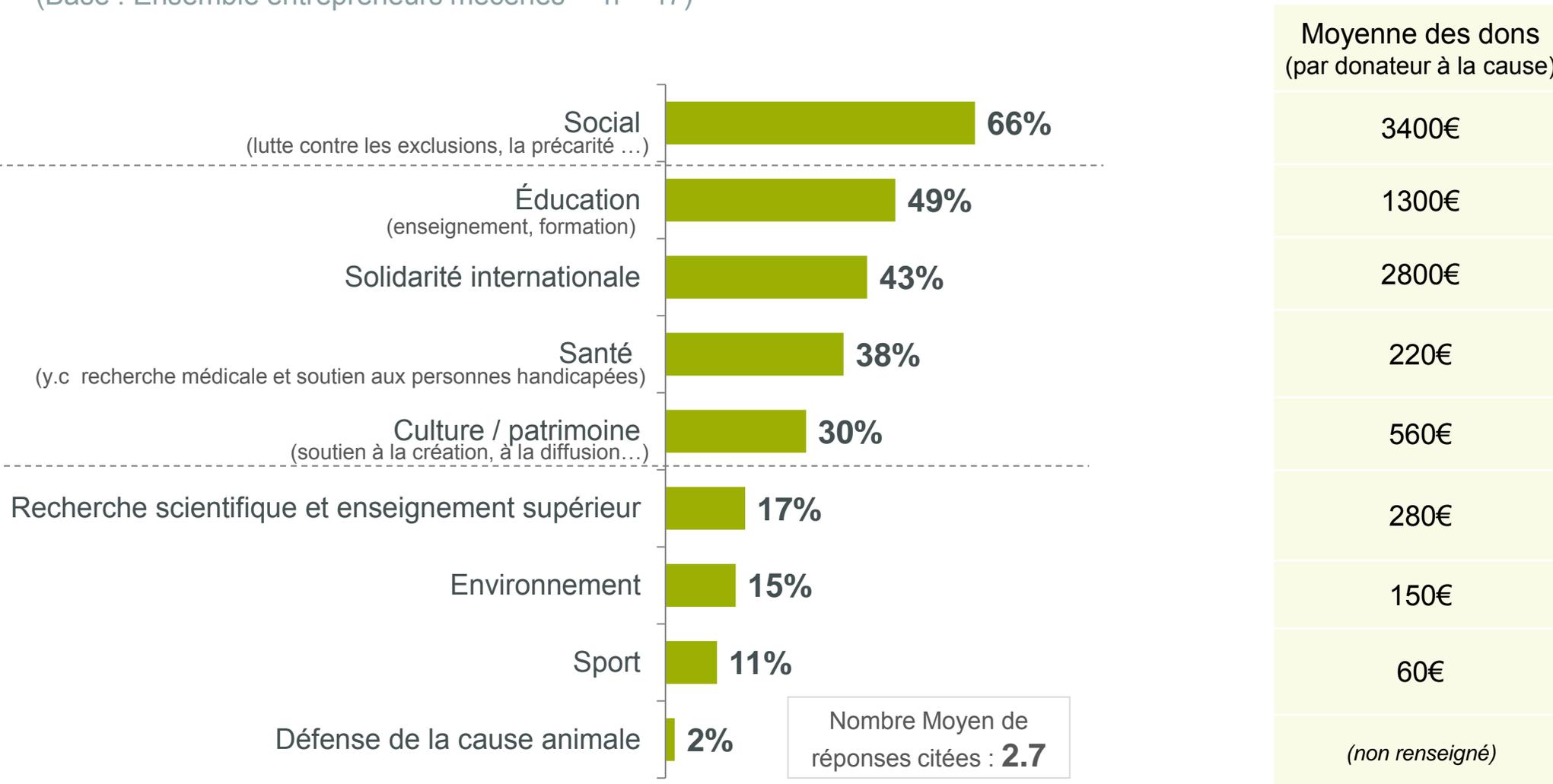
Chez les « hypermécènes », le social et l'éducation ressortent davantage

Domaines soutenus

Dans quels domaines vous êtes-vous investis ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)

Plus spécifiquement, en ce qui concerne vos dons en argent à titre personnel à des organismes ou projets d'intérêt général, réalisés au cours des 2 dernières années, comment les avez-vous répartis entre... ?

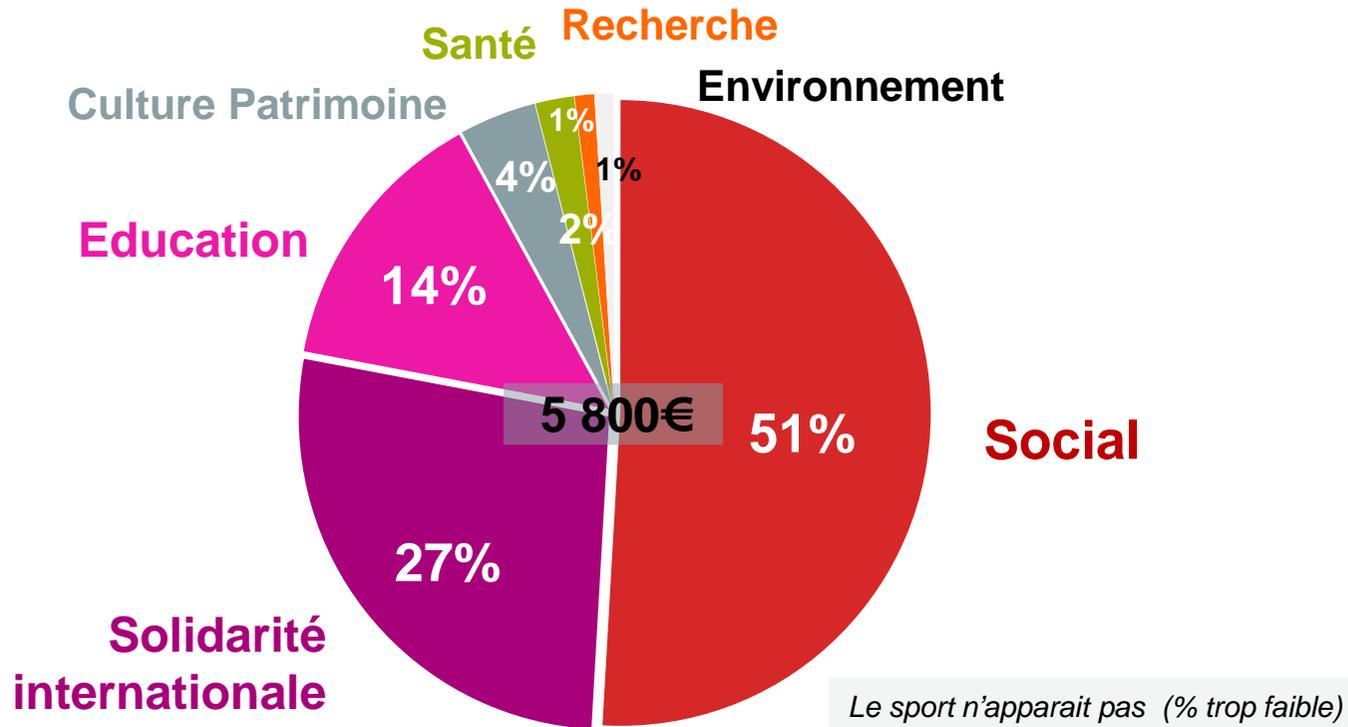


Par ailleurs... **43%** soutiennent les cultes / œuvres religieuses (question posée à part)

Une hiérarchie se met en place dans les montants investis

Répartition du don moyen

(entrepreneurs mécènes+ ET donateurs - n = 44)



Les « hypermécènes » privilégient davantage que les entreprises les dons en faveur de l'éducation et de la solidarité internationale. En revanche, une part plus faible de leur dons concerne la culture et la santé.

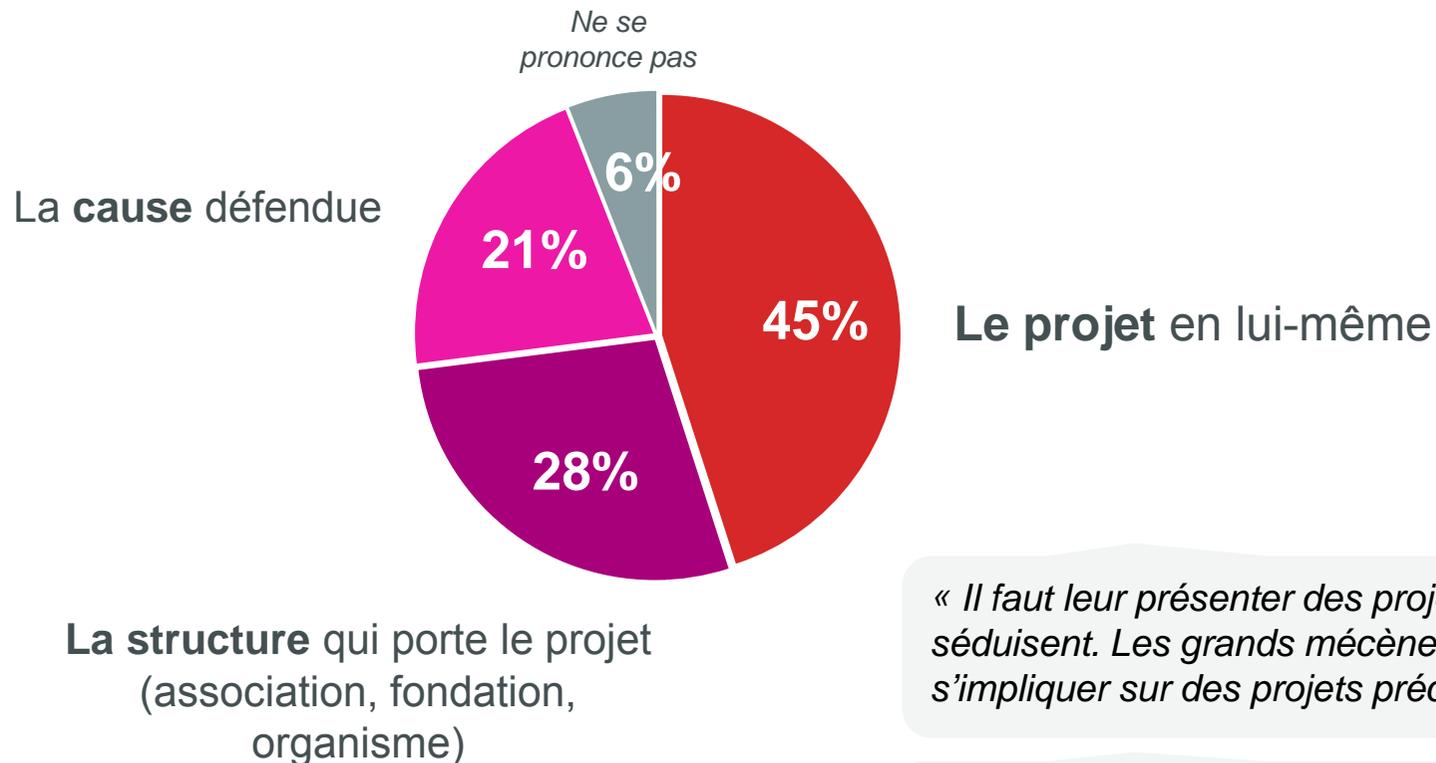
NB : La répartition présentée sur cette page est calculée sur l'ensemble des donateurs, alors que la moyenne des dons présentée en page précédente est calculée auprès des donateurs à chaque cause.

Le projet plus déterminant que la cause

Choix des organismes / projets : ce qui prime

Concernant le choix des organismes ou des projets d'intérêt général que vous soutenez à titre personnel, ce qui compte d'abord pour vous c'est... ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)



« Il faut leur présenter des projets qui les séduisent. Les grands mécènes veulent s'impliquer sur des projets précis. » (Fundraiser)

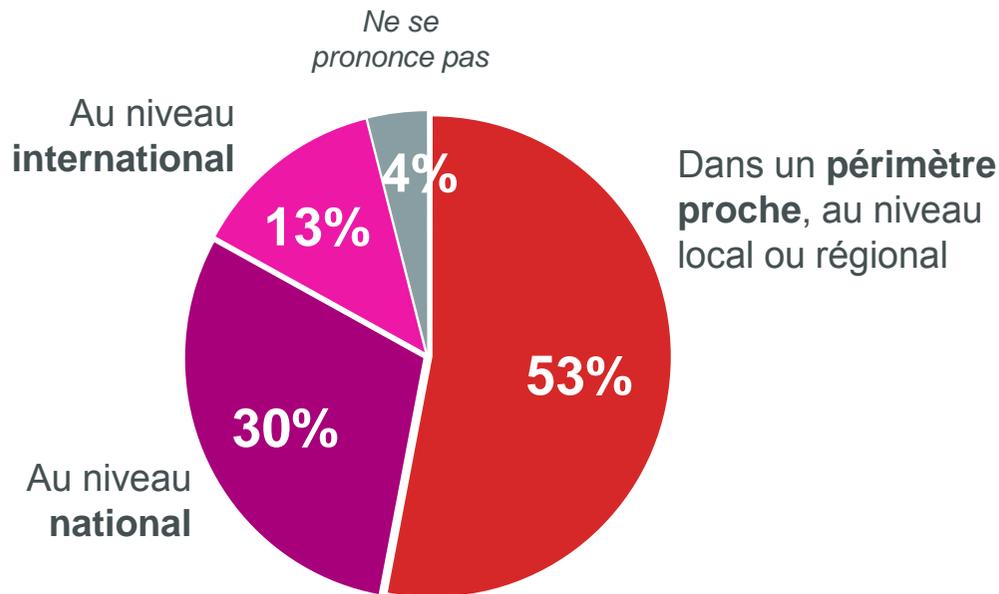
« Une approche « sur mesure » est nécessaire. On fait beaucoup de one to one. » (Fundraiser)

Un attrait fort des « hypermécènes » pour la proximité et les structures privées

Périmètre des actions soutenues

Les actions que vous avez soutenues à titre personnel au cours des 2 dernières années, par des dons en argent ou des actions de soutien à des organismes ou projets d'intérêt général, s'exercent-elles en priorité ... ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)



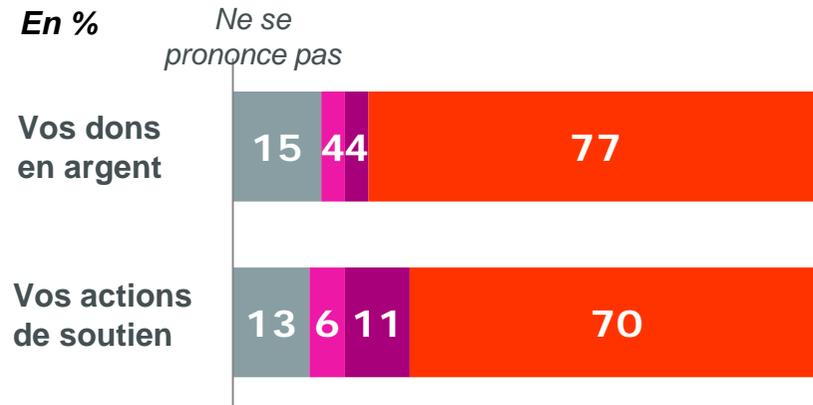
L'importance de la proximité géographique des actions soutenues se retrouve également chez les entreprises mécènes.

Répartition privé / public

Même approximativement, comment avez-vous réparti entre structures publiques (ex : programmes d'Etat, musées ou théâtres publics, etc...) et structures privées (ex : associations, fondations, etc...)... ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)

- En majorité à des structures **publiques**
- Environ moitié / moitié
- En majorité à des structures **privées**



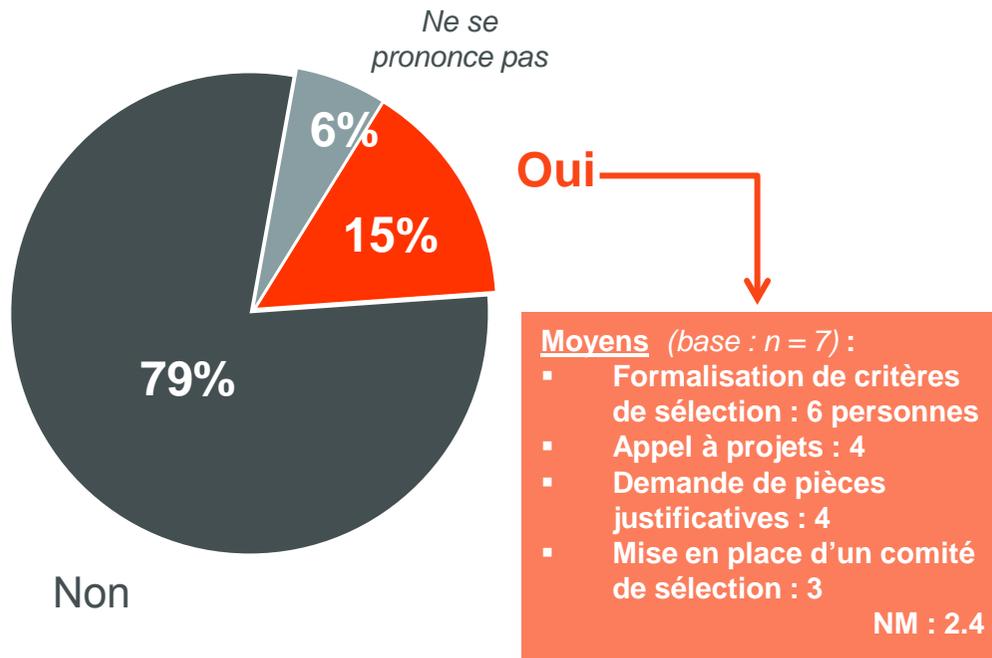
Contrairement aux entreprises qui dédient 23 % de leur budget à des structures publiques, dans une démarche plus institutionnelle, les entrepreneurs privilégient le soutien à des structures privées.

Peu de formalisme dans la sélection des projets mais un suivi important

Recours à un processus de sélection formalisé

Pour choisir les organismes ou projets d'intérêt général que vous alliez soutenir à titre personnel, avez-vous eu recours à un processus de sélection formalisé au cours des 2 dernières années ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)

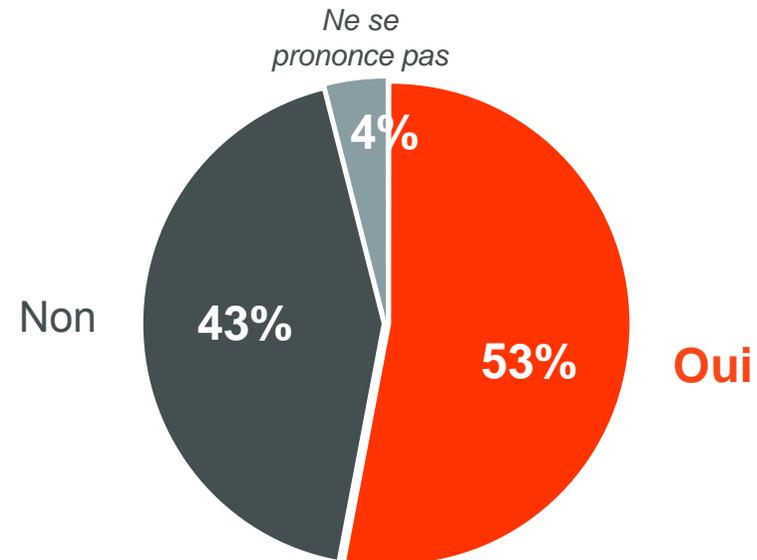


La sélection des bénéficiaire s'opère davantage par le réseau et la rencontre que par un processus formalisé de type « appel à projets ».

Suivi et évaluation formalisés

Les projets réalisés grâce à vos dons en argent ou vos actions de soutien ont-ils fait l'objet d'un suivi et d'une évaluation formalisés ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)



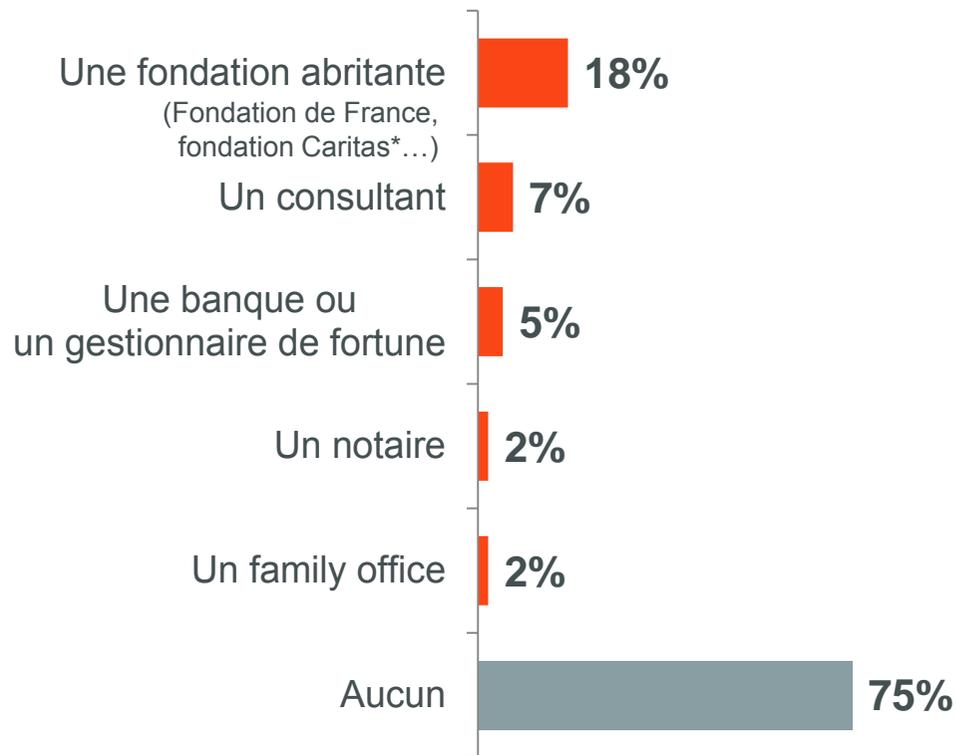
Seules 18 % des entreprises pratiquent un suivi et une évaluation des projets qu'ils soutiennent. Les entrepreneurs sont donc plus avancés dans cette pratique que les entreprises.

Le recours à un expert est peu pratiqué, ce qui traduit un état d'esprit indépendant.

Accompagnement / conseil

Dans le cadre de vos dons en argent, avez-vous été accompagné(e) par ... ?

(Base : Entrepreneurs mécènes et donateurs – n = 44)



* Fondation HEC, Fondation AnBer également citées
NB : l'item « avocat » n'a pas été cité

Ce qu'il faut retenir...

- ❖ **Les entrepreneurs mécènes sont tournés vers la réalisation.** Ainsi, les « hypermécènes » vont adhérer plus facilement à un projet qu'à une structure ou une cause. Avec une préférence pour le projet local (maîtrise ; influence / visibilité dans un environnement proche...).
- ❖ **Ils utilisent leurs réflexes professionnels dans leur engagement** (approche en mode projet , suivant des objectifs à atteindre, suivi et évaluation formalisés...)
- ❖ Parmi les domaines soutenus, on note une **forte sensibilité au social et à la santé** (comme dans le grand public), **mais aussi une plus grande ouverture sur le monde.** Spécificité des « Mécènes + » : **l'éducation**, une cause particulièrement valorisée (comme dans le mécénat d'entreprise).

2.3 Pourquoi donnent-ils ?

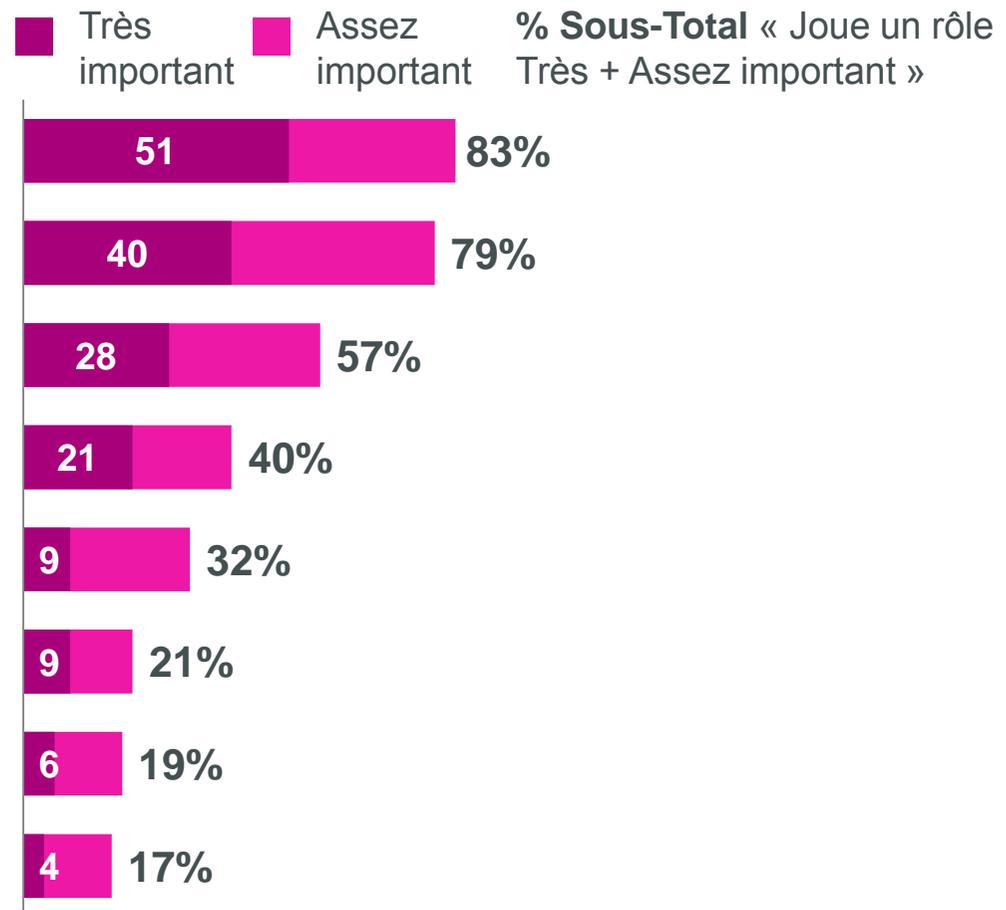
Qu'est-ce qui les motive ou pourrait les motiver ?

Un acte d'abord « existentiel » : se sentir utile, pouvoir diffuser ses valeurs

Leviers d'engagement

Pour chacune des raisons suivantes, veuillez indiquer si elle a joué un rôle très important ou non dans votre décision de soutenir des organismes ou des projets d'intérêt général.

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)



Les motivations sont très différentes de celles des entreprises, pour qui les considérations liées à l'image, la réputation, et la construction d'un réseau sont citées en premier.

Quelques verbatims de fundraisers

« Souvent, avec l'âge et face au patrimoine accumulé, une prise de conscience que des gens ont aidé à sa réussite professionnelle, et un désir de faire un retour à la société : l'implication est une forme de remerciement à la société qui vous a aidé. » (fundraiser)

« Le départ en retraite peut aussi provoquer une peur du vide : désir de rester actif, recherche d'une façon de travailler autrement, de continuer à s'engager / à exister » (fundraiser)

« Vis-à-vis de sa famille et de ses enfants, un besoin d'affirmer que l'argent n'est pas tout : 'Je voudrais que ma famille comprenne qu'il n'y a pas que l'argent' ». (fundraiser)

« Souvent « en recherche de quelque chose , un questionnement d'ordre spirituel ou philosophique ». (fundraiser)

« Souvent aussi un besoin de reconnaissance, conscient ou non ». (fundraiser)

« Les motivations mondaines jouent un rôle généralement important quoique non avouable ». (fundraiser)

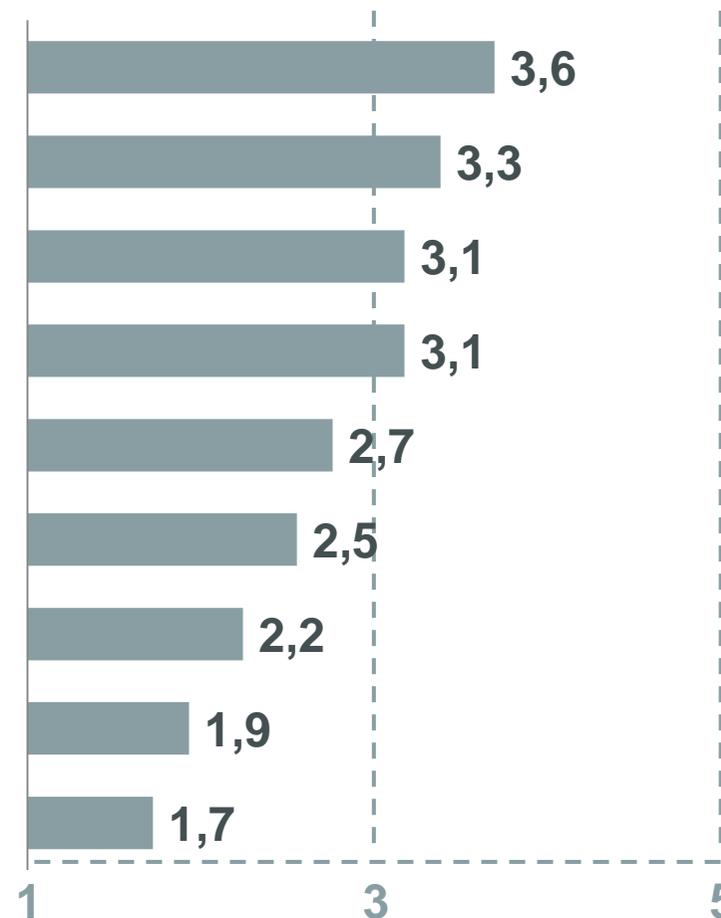
Non donateurs : des justifications classiques

Voici une liste de raisons qui pourraient vous inciter à faire des dons en argent à titre personnel.
Pour chacune, merci de me donner une note de 1 à 5, où 5 signifie qu'elle serait très incitative, et où 1 indique qu'elle jouerait un rôle négligeable.
Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

(Base : non donateurs au cours des 24 mois – n = 133)

NOTE MOYENNE sur 5

- Pouvoir tracer votre argent, savoir à quoi votre don sera employé
- Disposer de déductions fiscales en cas de dons
- Avoir plus d'argent
- Avoir plus de temps
- Pouvoir vous impliquer personnellement dans l'association soutenue financièrement
- Avoir des idées ou des conseils sur des structures à qui donner
- Qu'on vous propose quelque chose en échange (visibilité, remerciements...)
- Qu'on vienne vous solliciter
- Savoir que d'autres dirigeants le font

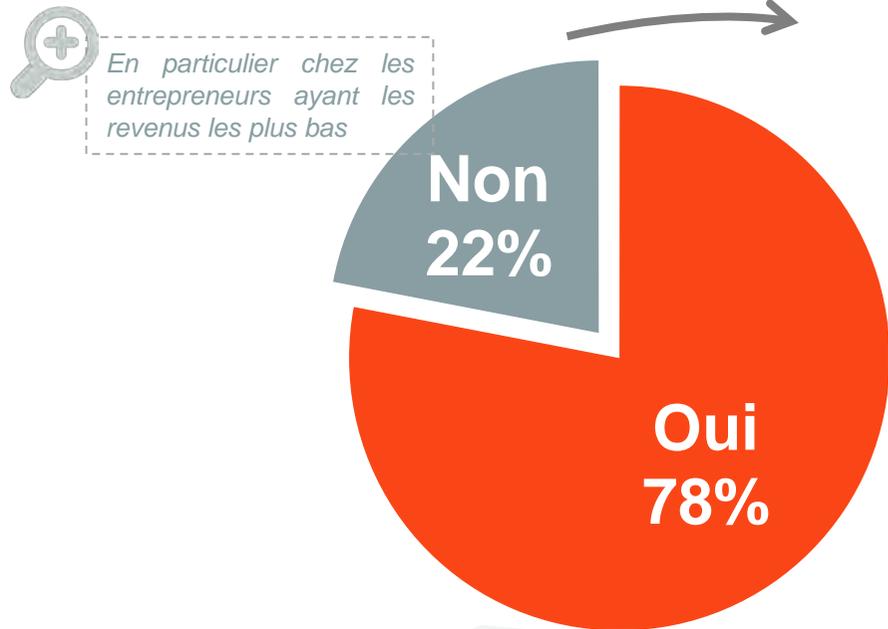


Une utilisation importante du levier fiscal

Déduction fiscale des dons

Déduisez-vous ces dons en faveur d'organismes ou de projets d'intérêt général de votre impôt sur le revenu ou de votre ISF (Impôt de Solidarité sur la Fortune) ?

(Base : donateurs au cours des 24 mois – n = 167)



Raisons invoquées chez ceux qui ne déduisent pas leurs dons

Pour quelle(s) raison(s) principalement ne déduisez-vous pas ces dons ?

(Base : ceux qui ne déduisent pas leurs dons de leur ISR – **36!**)

Par choix de ne pas profiter de cette disposition	66%
Parce que l'avantage fiscal n'en vaut pas la peine	58%
Parce que les démarches sont compliquées	33%
Par manque de temps pour mettre en place cette disposition	17%
Par méconnaissance des dispositifs	14%
Je n'y pense pas / par oubli	8%
Ne se prononce pas	3%

« Un élément déclencheur ou amplificateur du don est souvent l'incitation fiscale (IRPP et ISF – loi TEPA 2008). Pour certains c'est quelque part une « haine de l'impôt » (Particulièrement de l'ISF) qui s'exprime dans leurs dons. ». (Fundraiser)

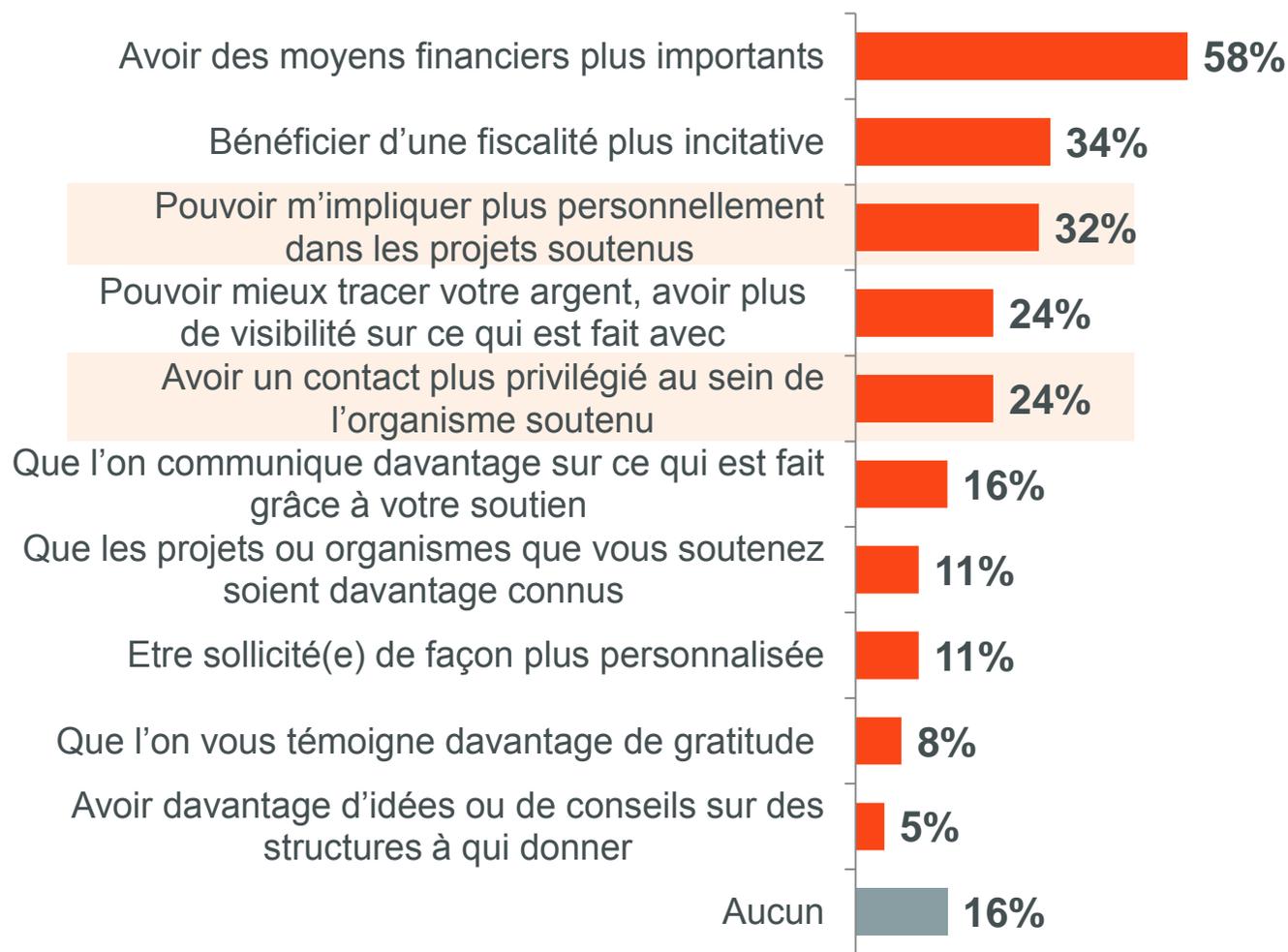
Les entrepreneurs utilisent davantage le levier fiscal que les entreprises qui sont 45% à utiliser les réductions fiscales accordées aux mécènes

Chez les « hypermécènes », plus de proximité attendue avec le projet

Conditions pour donner plus

A quelle(s) condition(s) seriez-vous prêts à donner plus ? (3 réponses possibles)

(Base : Entrepreneurs mécènes donateurs - ayant l'intention de continuer à donner – n = 38)



Le réseau amical et professionnel a une importance particulière dans les actions de soutien

Action individuelle ou collective

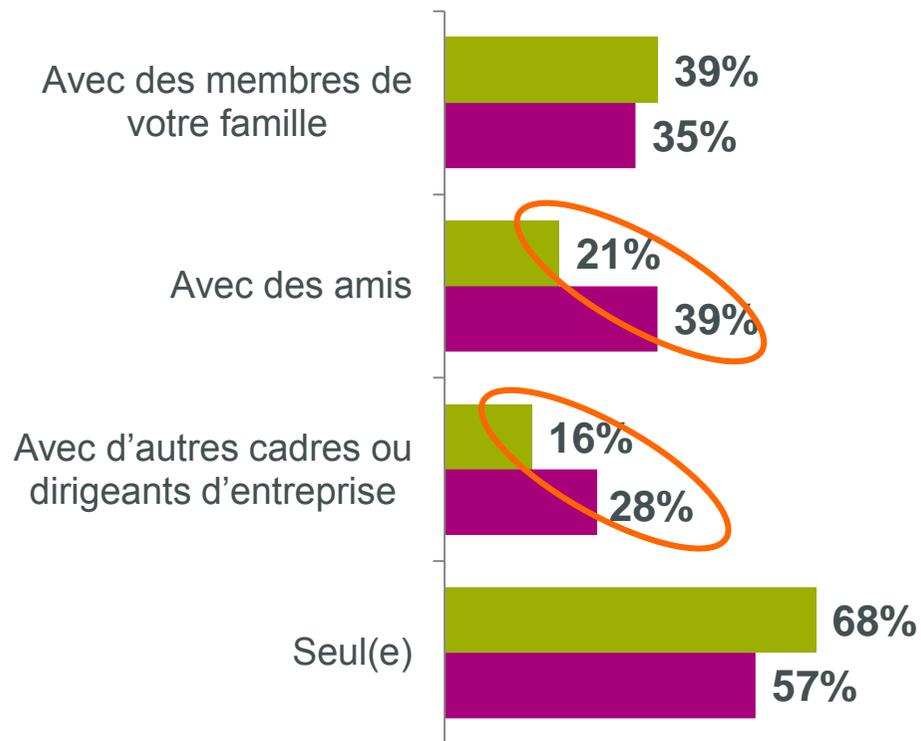
Il vous arrive de réaliser **vos dons en argent**...

(Base : Entrepreneurs mécènes - donateurs – n = 44)

Et il vous arrive de réaliser **vos actions de soutien**...

(Base : Entrepreneurs mécènes – ayant fait des actions de soutien – n = 46)

(plusieurs réponses possibles)



Sous-Total « A déjà réalisé un engagement à plusieurs » :

66% pour les dons en argent

72% pour les actions de soutien

Ce qu'il faut retenir...

- ✎ **Les « hypermécènes » mettent en exergue l'importance d'agir pour et dans la société**
 - Ils croient dans l'utilité sociale de leurs actions, dans le rôle social qu'ils peuvent jouer,
 - Ils s'engagent pour transmettre des valeurs dans lesquelles ils croient,
 - Ils s'attribuent une responsabilité de rendre ce que la société leur a donné, et s'impliquent en échange.

Un retour de ce que la vie leur a apporté... ou une autre facette de l'entrepreneur qui existe, et continue d'exister, à travers ce qu'il entreprend, met en mouvement.

- ✎ **Chez les entrepreneurs donateurs, une utilisation importante du levier fiscal.**

2.4 Quel lien avec leur métier, leur expérience d'entrepreneur ?

Quelques verbatims de fundraisers

« Dans le soutien à un projet, ils reproduisent leur comportement d'entrepreneur : il faut des objectifs dont l'atteinte sera mesurable, des budgets tenus. Le sérieux du promoteur du projet se jugera sur la capacité à tenir ses engagements, atteindre les objectifs » (fundraiser)

« En reproduisant leurs comportements d'entrepreneurs, ils obligent l'association/la fondation à réfléchir sur des objectifs, à travailler sur des programmes et des projets en définissant leurs critères de réussite et en suivant leur progression ; ils incitent à corriger le tir en fonction de l'atteinte des objectifs et de la mesure d'impact ; Ils poussent à prendre des risques, à tester, expérimenter, sans être certain que cela va marcher. Certains apportent aussi leur réseau d'influence et/ou de compétence. » (fundraiser)

« D'une façon générale, ce sont des gens avec qui on parle d'égal à égal, ils sont moins dans l'émotionnel que le donateur lambda, et il faut savoir accepter de se confronter à eux, être bousculé par eux » (fundraiser)

Une expérience de mécénat qui peut aussi venir de l'entreprise

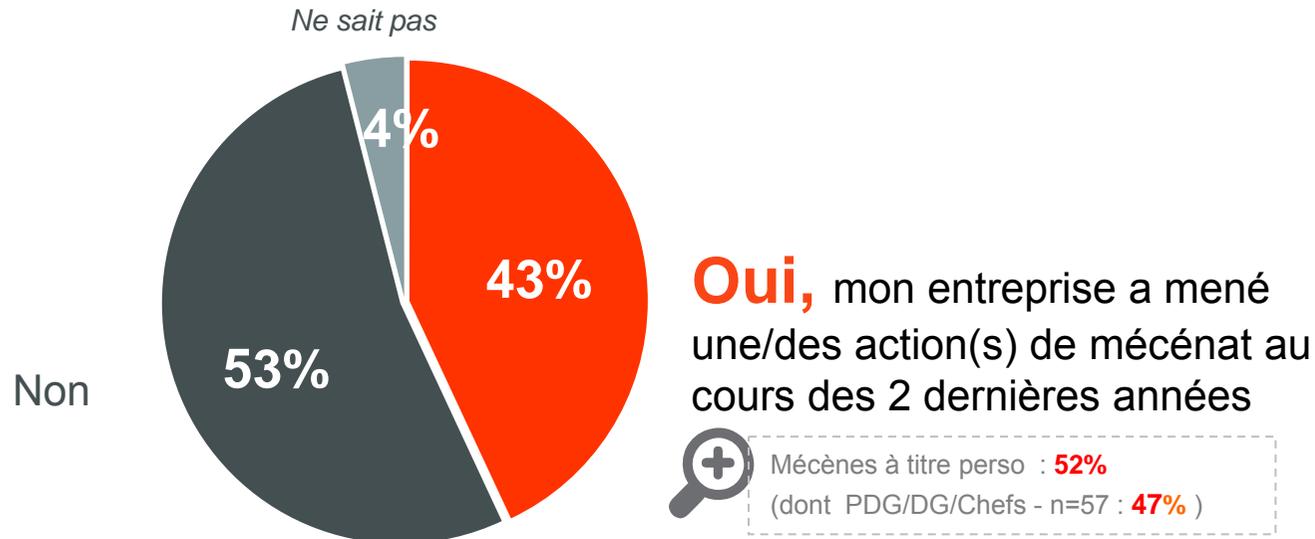


Mécénat d'entreprise

Votre entreprise a-t-elle mené une ou plusieurs actions de mécénat au cours des 2 dernières années ?

Le mécénat désigne le don financier ou le don en nature apporté par une entreprise à un projet d'intérêt général dans différents domaines (culture, solidarité, sport, recherche, etc. ...) directement ou via une fondation d'entreprise. Contrairement au sponsoring, l'entreprise n'attend pas de contrepartie directe de ses soutiens en mécénat.

(Base : Actifs – n = 210)

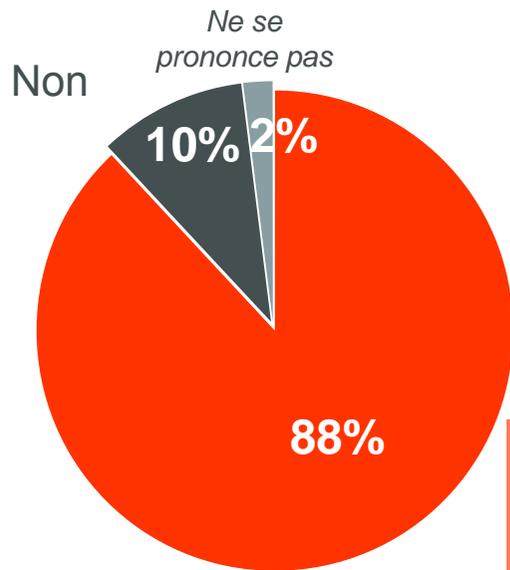


« hypermécènes » : un écho plus fort encore entre engagement de l'entreprise et engagement personnel

Mécénat d'entreprise

Votre entreprise a-t-elle mené une ou plusieurs actions de mécénat au cours des 2 dernières années ?

(Base : Entrepreneurs mécènes - actifs – n = 42)



Oui

La décision d'engager votre entreprise dans une démarche de mécénat est venue...

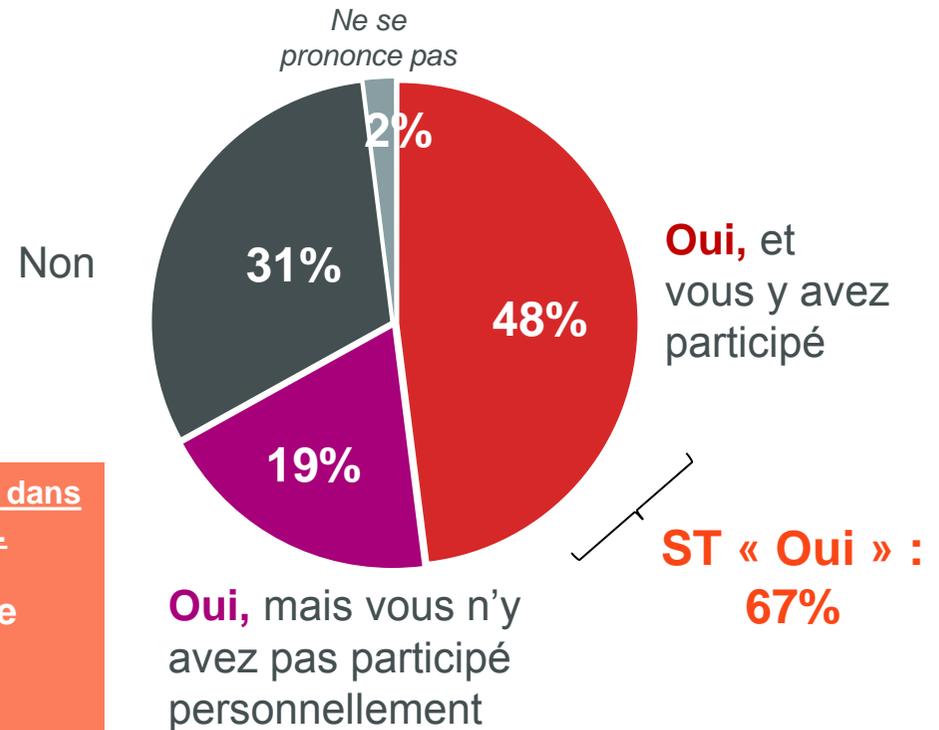
(n=37)

- APRES votre engagement à titre personnel : 51%
- AVANT votre engagement à titre personnel : 30%
- EN MEME TEMPS : 16%

Mécénat impliquant les salariés

Et votre entreprise a-t-elle mené une ou plusieurs actions impliquant ses salariés dans son mécénat au cours des 2 dernières années (mécénat de compétences, congés de solidarités, bénévolat de compétences...)?

(Base : Entrepreneurs mécènes - actifs – n = 42)



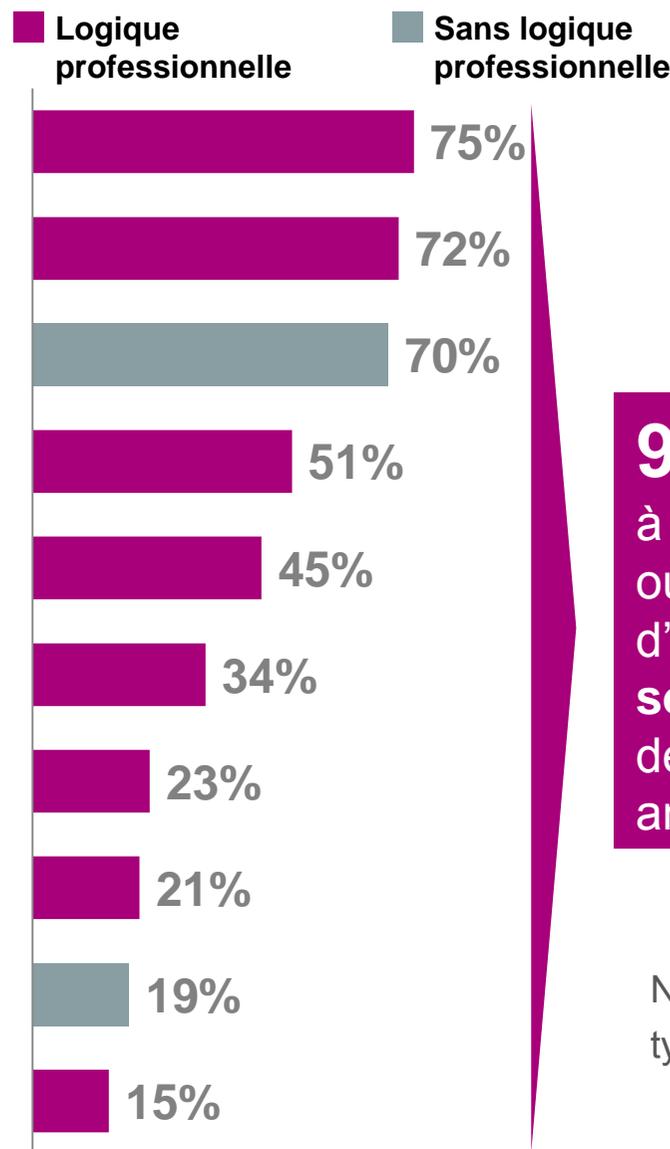
ST « Oui » : 67%

Chez les « hypermécènes », les actions de réseau et d'influence prennent davantage de poids

En dehors des dons d'argent, vous est-il arrivé, au cours des 2 dernières années, d'apporter votre soutien à titre personnel à des organismes ou projets d'intérêt général en... ?

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)

- Activant votre réseau** de connaissances pour soutenir un projet
- Donnant des conseils** issus de votre expérience de dirigeant
- Participant aux **opérations et événements** mis en place
- Effectuant un **travail d'influence**, de médiatisation, de lobbying
- Etant membre du **conseil d'administration** d'un ou plusieurs organismes
- Développant des projets, par la **mise en œuvre des méthodes de gestion** issues de l'entreprise
- Mettant en place des **collectes de fonds**
- Intégrant dans votre processus d'investissement des **critères extra financiers ESG** (Environnement, Social, Gouvernance)
- Accordant des prêts solidaires, par la participation à des **projets de financement collaboratif**
- Investissant dans des entreprises solidaires** qui ont comme premier objectif de répondre à un besoin social mais offrent un retour financier modéré



98% ont conduit, à titre personnel, un ou plusieurs types d'actions de soutien, au cours des 2 dernières années

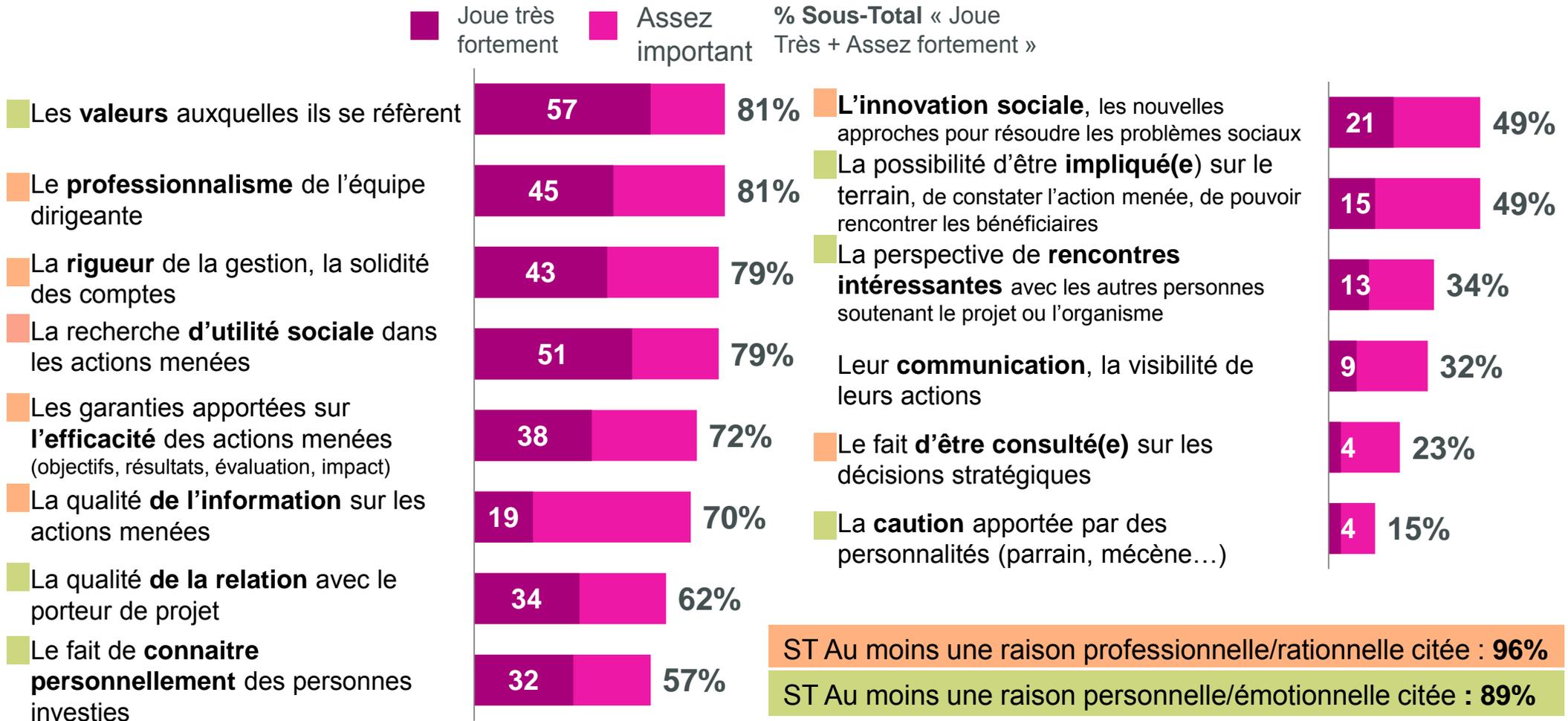
Nombre Moyen de types d'actions : **4.3**

Un équilibre entre aspirations personnelles et réflexes professionnels

Critères de choix des organismes / projets soutenus

Voici différents critères. Pour chacun, indiquez s'il joue fortement ou non dans le choix des organismes ou des projets d'intérêt général que vous soutenez à titre personnel.

(Base : Ensemble entrepreneurs mécènes – n = 47)



Ce qu'il faut retenir...

- 👉 **Des compétences d'entrepreneurs** fortement intégrées dans leur manière de s'investir en faveur d'organismes ou de projets d'intérêt général.
- 👉 Elles pèsent aussi dans l'orientation de leurs choix... en se combinant toutefois à leurs aspirations personnelles, émotionnelles.

3 - Pour conclure : les enseignements clés

Un comportement de mécénat à titre personnel déjà bien établi au sein des entrepreneurs français.

Un ADN qui semble propice au mécénat à titre personnel :

- ✎ **Les entrepreneurs croient, semble-t-il, dans leur utilité sociale**, leur capacité à faire bouger les choses grâce aux moyens/facilités dont ils disposent.
- ✎ **Ils ont une capacité d'engagement nette** (réflexes de dons et de soutien, montants donnés) **et stable dans la durée.**
- ✎ Ils peuvent être, pour les plus impliqués d'entre eux, à l'initiative d'actions menées au sein leur entreprise.

Les entrepreneurs ne sont pas des mécènes comme les autres. Ils sont...

- ✎ **Animés par le désir d'être acteur et pas seulement financeur.** Ce désir d'être acteur explique la forte proportion de mécènes mixtes, conjuguant don et action(s). Par ailleurs, chez les mécènes les plus impliqués, il conduit à rechercher des projets plutôt que des causes.
- ✎ **Indépendants dans leur agir, mais pas solitaires :** les plus impliqués font peu appel à des conseils pour gérer leurs dons...ce qui ne les empêche pas de s'engager en réseau / en collaboration avec d'autres.
- ✎ **Tournés vers la réalisation :** ils aiment à "sentir qu'ils font bouger des choses" du fait de leur contribution personnelle et pas seulement en participant à un grand élan de générosité publique. Ce qui indique que les entrepreneurs mécènes sont relativement peu sensibles aux appels à la mobilisation collective (Téléthon, Restos du cœur, etc.) lancés en direction du grand public, et davantage attirés par des opérations dans lesquelles leur contribution participe dans une proportion non négligeable au projet. D'où une forte attirance pour les initiatives locales (et les projets adressés à un nombre restreints de mécènes, comme l'ont souligné certains "grands témoins" interviewés).
- ✎ **Marqués par l'activation de réflexes et acquis professionnels,** aussi bien dans les types d'aide apportés (notamment : activation du réseau, conseils, travail d'influence, participation à des instances de direction) que dans les exigences à l'égard des porteurs de projets (fixation d'objectifs, mesures de suivi,...). A ce titre, la déduction fiscale, largement utilisée, s'apparente à un calcul intégré à la stratégie d'engagement.
- ✎ **Orientés en priorité vers les causes sociales, solidaires et éducatives,** ce qui peut s'interpréter comme une volonté de « rendre à la société ce qu'elle leur a donné », plus particulièrement sur le plan socio-économique.

MERCI

PRÉSENTATION DE LA CHARTRE DU MÉCÉNAT

CONTEXTE

La Charte du mécénat a été rédigée en collaboration avec les principaux acteurs du mécénat par Admical, association reconnue d'utilité publique qui développe le mécénat en France depuis 35 ans. Elle donne pour la première fois une définition au mécénat, et une éthique à la relation entre mécène et partenaire, partagée par ceux qui le pratiquent, hors considérations juridiques et fiscales.

OBJECTIFS

La Charte du mécénat a été créée afin que tous les acteurs du mécénat puissent bénéficier d'un texte de référence sur le mécénat et son éthique. Elle montre l'intérêt et la pertinence du mécénat en tant qu'activité d'intérêt général distincte mais complémentaire de la RSE, du sponsoring, et de l'investissement à impact social. En se conformant aux principes de la Charte du mécénat, les signataires s'assurent de respecter l'éthique de cette activité, et sécurisent, par leurs bonnes pratiques, le cadre fiscal encourageant le mécénat.

SIGNATURE

Pourquoi signer la Charte ?

- Pour sécuriser la relation de mécénat et rassurer ses partenaires.
- Pour expliquer le mécénat au sein d'une organisation et aider les équipes opérationnelles.
- Pour être reconnu comme un acteur responsable.
- Pour protéger le cadre fiscal encourageant le mécénat.
- Pour promouvoir une vision éthique du mécénat.

Qui peut signer ?

La signature de la Charte est ouverte à tous ceux qui se reconnaissent dans ses valeurs : mécènes, porteurs de projets, institutions, organismes publics, organisations professionnelles, agences et consultants... Admical leur recommande et leur propose d'annexer la Charte à leurs conventions (contrats) de mécénat, en précisant que cette Charte ne se substitue aucunement à cette convention, essentielle au cadrage de la relation entre partenaires.

Qu'implique la signature ?

Il existe deux niveaux de signature de la Charte :

- **Signataire** : l'organisme signataire s'engage à respecter les principes de la Charte.
- **Signataire annexant la Charte à ses conventions de mécénat** : l'organisme place juridiquement toutes ses relations de mécénat sous l'égide de la Charte.

Comment signer ? Comment annexer la Charte à mes conventions de mécénat ?

La Charte doit être signée par le responsable de la structure signataire (président, directeur...) en deux exemplaires, dont un doit être Adressé à Admical – Charlotte Dekoker – 6 boulevard Saint Denis 75010 Paris. Pour l'annexer à vos conventions (contrats) de mécénat, il suffit d'inscrire dans chacune de vos conventions la mention « *Le partenariat s'inscrit dans le cadre de la Charte du mécénat insérée en annexe, dont les parties ont pris connaissance* ».

RECOMMANDATIONS PRATIQUES

Pour bénéficier de recommandations pratiques dans la gestion quotidienne de leur politique de mécénat, les signataires de la Charte peuvent se référer aux Repères Admical, disponibles sur www.admical.org.

AVEC LE SOUTIEN DE



CHARTRE DU MÉCÉNAT

Réalisée par Admical et ouverte à tous les acteurs du mécénat

POUR NOUS, SIGNATAIRES DE LA CHARTE, LE MÉCÉNAT REPRÉSENTE :

UN ENGAGEMENT

- 1 Le mécénat est un engagement libre d'une ou plusieurs personnes ou entreprises, au service de causes d'intérêt général.
- 2 Il a vocation à couvrir toutes les causes, y compris les plus délaissées.
- 3 Il peut prendre la forme d'un don financier, de produits, de technologie ou d'un apport de compétences.
- 4 Il n'y a pas de budget ou de taille minimum pour faire du mécénat, ni pour en recevoir.
- 5 Une politique de mécénat est le fruit d'une stratégie, d'une réflexion sur la personnalité du mécène et ce qu'il peut apporter à la société.
- 6 Le mécénat a pour objectif premier de répondre à un besoin ou une problématique sociétale :

- Dans le cas d'un individu mécène, le mécénat n'est pas réalisé dans l'objectif d'obtenir une contrepartie pour lui ou un débouché pour l'entreprise qu'il dirige.
- Dans le cas d'une entreprise mécène, la politique de mécénat peut être en lien avec le rôle de l'entreprise dans la société, mais pas avec ses objectifs commerciaux. Ainsi, le mécénat éclaire la mission et enrichit l'identité de l'entreprise, sans impact direct sur ses activités marchandes.

Dans les deux cas, le mécène ne saurait être intéressé financièrement aux résultats de son partenaire.

- 7 Le mécénat est une démarche d'attention et d'ouverture à la société, créatrice de valeur pour la société et de valeur immatérielle pour le mécène.
- 8 Une politique de mécénat s'inscrit nécessairement dans la durée.

UNE VISION ET DES OBJECTIFS PARTAGÉES

- 9 La relation entre le mécène et son partenaire est un lien de confiance et d'échange construit sur un rapport de complémentarité.

- 10 Elle repose sur une vision partagée des objectifs de chaque projet.
- 11 Elle permet la prise d'initiatives, l'expérimentation et l'innovation sociale.
- 12 En réflexion permanente sur l'utilité de leur action, le mécène et son partenaire prennent ensemble la mesure de son impact.

UN RESPECT MUTUEL ET DES DEVOIRS RÉCIPROQUES

Les devoirs du mécène

- 13 Le mécène respecte le projet de son partenaire, ses choix stratégiques et son expertise.
- 14 Le mécène tient compte des capacités de suivi et de la taille de son partenaire afin de ne pas exiger de sa part de **reporting** ou de contreparties disproportionnés.
- 15 Le mécène admet que les projets ne peuvent se réaliser sans frais de fonctionnement et les prend en compte.

Les devoirs du partenaire

- 16 Le partenaire fait preuve de transparence dans l'utilisation des fonds alloués.
- 17 Le partenaire informe régulièrement le mécène de l'évolution du projet et des difficultés éventuellement rencontrées.
- 18 Le partenaire cite le mécène comme partie prenante du projet, sauf si ce dernier ne le souhaite pas.

- 19 Les parties prenantes du mécénat anticipent et éliminent toutes formes possibles de conflits d'intérêts.
- 20 Dans le cas d'une relation de long terme, mécène et partenaire préparent la gestion de la fin du partenariat.

UNE RENCONTRE ENTRE DE MULTIPLES ACTEURS

- 21 Le mécénat est un carrefour de rencontre entre mécènes, partenaires, pouvoirs publics, collectivités et bénéficiaires finaux, au profit d'un territoire.

MÉCÈNES, NOUS NOUS ENGAGEONS DANS LE MÉCÉNAT POUR :

JOUER UN RÔLE SOCIÉTAL

En contribuant à l'intérêt général, entreprises et particuliers mécènes prennent conscience de l'importance grandissante du rôle sociétal qu'ils peuvent jouer.

INSTAURER LE DIALOGUE AVEC NOTRE ENVIRONNEMENT

La relation avec les partenaires ouvre le mécène à des interlocuteurs nouveaux, avec lesquels il n'aurait pas naturellement été en contact. Le mécénat crée des passerelles et instaure un dialogue qui renforce l'ancrage du mécène dans son environnement ou sur son territoire.

DÉVELOPPER L'ENGAGEMENT DE NOUVELLES PARTIES PRENANTES

Un mécène instaure une dynamique qui essaime autour de lui : parmi les collaborateurs de son entreprise, ses partenaires, ses clients, ou dans sa famille, ses amis. Il peut également susciter des prises de conscience.

ENTREPRISES, NOUS TROUVONS DANS LE MÉCÉNAT SENS, PERSONNALITÉ ET RESPONSABILITÉ

Le mécénat exprime et enrichit la personnalité et la singularité de l'entreprise, il apporte un supplément de sens au travail quotidien, à condition que la façon dont l'entreprise exerce son métier soit en conformité avec les valeurs exprimées par son mécénat.

FIERTÉ, ENGAGEMENT ET CRÉATIVITÉ DES COLLABORATEURS

La participation aux actions de mécénat de l'entreprise renforce la cohésion, le décloisonnement, l'épanouissement et la fierté d'appartenance parmi les collaborateurs, acteurs du rôle sociétal de l'entreprise. Mécénat de compétences, bénévolat facilité par l'entreprise, congés solidaires, parrainage des projets par les collaborateurs... Le mécénat leur permet de sortir de leur cadre de travail classique pour donner de leur temps et de leur savoir-faire, et s'enrichir de nouvelles expériences, ce qui développe leur créativité. Le mécénat joue un rôle positif dans le recrutement et la fidélisation des collaborateurs.

Le mécénat peut également ouvrir une porte sur d'autres types de collaborations entre les deux partenaires. En effet, tous deux peuvent s'apporter l'un à l'autre des moyens d'agir, une notoriété, une expertise, des conseils et des compétences.

ASSOCIATIONS ET INSTITUTIONS PARTENAIRES DES MÉCÈNES, NOUS TROUVONS DANS LE MÉCÉNAT :

RESSOURCES ET MOYENS

Les moyens opérationnels apportés par le mécène donnent l'opportunité de renforcer les capacités structurelles des partenaires, de réaliser ou de développer des projets. Outre la sécurité et la souplesse qu'apportent ces ressources, le mécène peut favoriser l'engagement de son entourage, ou, dans le cas d'une entreprise, de son personnel. Il peut également apporter une aide matérielle supplémentaire grâce au don en nature.

ACCOMPAGNEMENT ET EXPERTISE

La relation instaurée par le mécénat permet la rencontre de deux univers. Par-delà le soutien matériel, le mécénat est aussi un accompagnement : forte de sa propre expertise professionnelle, le mécène peut conseiller, assister le partenaire dans sa gestion, lui permettre d'accroître ses compétences dans de nouveaux domaines. Il amène son partenaire à une plus grande autonomie pour aller vers de nouveaux développements.

RECONNAISSANCE ET VISIBILITÉ

Le mécène peut promouvoir une cause et participer à l'accroissement de la notoriété de son partenaire. Il peut lui apporter une reconnaissance nouvelle qui renforce sa crédibilité : c'est un cercle vertueux important pour obtenir d'autres financements.

SYNERGIES ET RÉSEAUX

En apportant son réseau et sa coordination, ou en étant force de proposition pour faire travailler ensemble des acteurs qui s'ignoraient ou ne se connaissaient pas, le mécénat peut créer des rapprochements et des synergies, sources de collaborations inédites et facteurs de progrès pour les causes soutenues.

- EN SIGNANT LA CHARTE DU MÉCÉNAT, NOUS NOUS ENGAGEONS À RESPECTER les principes qui y sont énoncés ; FAIRE CONNAÎTRE la Charte à nos partenaires ; PARTAGER avec Admical notre expérience de l'utilisation de la Charte.

- NOUS NOUS ENGAGEONS ÉGALEMENT À ANNEXER LA CHARTE À TOUTES NOS CONVENTIONS DE MÉCÉNAT.

ORGANISATION

REPRÉSENTANT

DATE

SIGNATURE

Mécènes

Signataires annexant la charte à leurs conventions de mécénat :
BOUYGUES TELECOM

Signataires :

ACCENTURE (FONDATION)
ACCOR (FONDATION)
ADREA (FONDATION)
AIRBUS HELICOPTERS (FONDATION)
ALPHAOMEGA (FONDATION)
ANDREANI (GROUPE)
AREVA
ART OXYLANE (FONDATION)
AXA
BANQUE POPULAIRE (FONDATION)
BANQUE POPULAIRE DE L'OUEST
BEL (GROUPE)
BERNARDAUD (FONDATION)
BOLLORE LOGISTICS
BOUYGUES CONSTRUCTION
BOUYGUES SA
CAISSE D'EPARGNE ILE-DE-FRANCE
CAISSE DES DEPOTS
CALEO
CARREFOUR (FONDATION)
CASINO (FONDATION)
CHEQUE DEJEUNER (GROUPE)
CMA-CGM (FONDATION)
CNEI
CNP ASSURANCES
COLAS
CREDIT AGRICOLE (GROUPE)
Crédit Agricole SA
Fédération Nationale du Crédit Agricole
CREDIT AGRICOLE DE NORMANDIE
CREDIT COOPERATIF (FONDATION)
CREDIT DU NORD
CREDIT MUTUEL (FONDATION)
CULTURESPACES (FONDATION)
CYLAD CONSULTING (FONDATION)
DELOITTE
DEUXIEME CHANCE (FONDATION DE LA)
DEXIA FRANCE (FONDATION)
DOUBLET
EDF
ENTREPRENDRE & +
ERNST & YOUNG ET FONDATION
D'ENTREPRISE ERNST & YOUNG
FEBEA
FEDERATION NATIONALE DES CAISSES
D'EPARGNE
FIMALAC
FINANCIERE DE L'ECHIQUIER
FRANÇAISE DES JEUX (FONDATION)
FRANCE TELEVISIONS
GLOBAL PRIVATE EQUITY
GRANT THORNTON
GROUPAMA POUR LA SANTE (FONDATION)
HERMES (FONDATION)
HSBC FRANCE
IBM FRANCE
IPSAA ESDAC
JTI
KPMG
KPMG (FONDATION)
KRONENBOURG (FONDATION)
LA DEPECHE DU MIDI (FONDATION)
LA POSTE
LAFARGE
LEGALLAIS (FONDATION)
L'OCCITANE (FONDATION)
L'OREAL (FONDATION)
MAZARS
MCDONALD'S FRANCE
Fondation Ronald McDonald
McDonald's de Guebwiller
MECENES CAEN NORMANDIE
MECENES DE NORMANDIE (FONDS)
MECENES DU SUD (CLUB D'ENTREPRISES)
MECENES ET LOIRE (FONDATION)
MONDIAL ASSISTANCE SOLIDAIRE
NATIXIS
NATUREX (FONDATION)
NEUFLIZE OBC / NEUFLIZE VIE
NEXANS
OCIRP (FONDATION)
OLYMPIQUE LYONNAIS (FONDATION)

ORANGE (FONDATION)
PAM (FONDATION)
PARIS SAINT GERMAIN (FONDATION)
PIERSON EXPORT
PLAGE POUR L'ART (FONDATION)
POCHECO
PRISME (CLUB D'ENTREPRISES)
PROCONSEIL
PSA PEUGEOT CITROËN (FONDATION)
PYRAMIS
RAJA DANIELE MARCOVICI (FONDATION)
RATP
RENAULT (FONDATION)
REUNICA PREVOYANCE (FONDATION)
REXEL
RTE
SANOFI ESPOR (FONDATION)
SAFRAN
SNCF (FONDATION)
SUEZ ENVIRONNEMENT
SWISS LIFE
THALES (FONDATION)
THALYS INTERNATIONAL
TOTAL (FONDATION)
VEOLIA ENVIRONNEMENT
VINCI
VINCI AUTOROUTES
YVES ROCHER (FONDATION)

Associations et institutions partenaires des mécènes

ACADEMIE CHRISTOPHE TIOZZO
ADIE
AIDES
AGENCE DES AIRES MARINES PROTEGEES
AGENCE DU DON EN NATURE
AGIR CONTRE L'EXCLUSION (FONDATION)
AïDA
AMBITION TOULOUSE 21
APPASSIONATO / ORCHESTRE DE CAEN
AROP
ASHOKA
ASSOCIATION DES PARALYSES DE FRANCE
ATELIERS D'ART DE FRANCE (FONDATION)
AUDACIA
AUTOMNE EN NORMANDIE
AVENIR EN HERITAGE
BRITISH COUNCIL
CENTQUATRE
CENTRE CULTUREL DU VIN
CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX
CENTRE HOSPITALIER DU MANS
CENTRE NATIONAL DE LA DANSE
CHATEAU DE FONTAINEBLEAU
CIAM CHATELET
CITE DE LA MUSIQUE - SALLE PLEYEL
CITE INTERNATIONALE UNIVERSITAIRE DE PARIS
CITE NATIONALE DE L'HISTOIRE DE L'IMMIGRATION
COMEDIE-FRANÇAISE
CONSERVATOIRE DU LITTORAL
CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS
CONSERVATOIRE NATIONAL SUPERIEUR DE PARIS
CROIX-ROUGE FRANÇAISE
CRESCENDO (ENSEMBLE ORCHESTRAL DE PARIS)
DOMAINE DE CHANTILLY (FONDATION)
DOMINICAINS DE HAUTE ALSACE
DOCTEUR SOURIS
ELECTRICIENS SANS FRONTIERES
EMMAÛS SOLIDARITE
ENSEMBLE BAROQUE DE TOULOUSE
ENSEMBLE INTERCONTEMPORAIN
FESTIVAL D'AIX-EN-PROVENCE
FIRAH
FONDS CULTUREL ARTS & OUVRAGES
FRANCE VOLONTAIRES
GARCHES (FONDATION)
GRENIER DE TOULOUSE
GUSTAVE ROUSSY
HÔPITAL NECKER - ENFANTS MALADES
HUMAN RIGHTS WATCH
INSTITUT CURIE
INSTITUT FRANÇAIS
INSTITUT NATIONAL D'HISTOIRE DE L'ART
INSTITUT PASTEUR
INSTITUT POLYTECHNIQUE LASALLE BEAUVAIS
JACQUES TOJA POUR LE THEATRE (FONDATION)
LA CRIEE
LA FOLLIA

LA GUILDE
LA PISCINE
LE BAL - ASSOCIATION DES AMIS DE MAGNUM
LE GRAND T
LE REFUGE
LES COMPAGNONS DES WALSER
LES FLORAISONS MUSICALES
LES MEDECINS DE L'IMAGINAIRE
LOUVRE LENS (MUSEE DU)
MARSEILLE PROVENCE 2013
MEDECINS DU MONDE
MONA BISMARCK AMERICAN CENTER
MOTRICE (FONDATION)
ODEON - THEATRE DE L'EUROPE
OFFICE NATIONAL DES FORETS
OH'IS
ORCHESTRE DE PARIS
ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE BRETAGNE
OPERA COMIQUE
OPERA GRAND AVIGNON
OPERA NATIONAL DE PARIS
PARIS DIDEROT (FONDATION)
PARTAGE
PASSERELLES & COMPETENCES
PASSERELLES NUMERIQUES
PLAN FRANCE
PETITS FRERES DES PAUVRES (FONDATION)
REUNION DES MUSEES NATIONAUX - GRAND PALAIS
ROYAUMONT (FONDATION)
SAMU SOCIAL
SANTE SUD
SCOUTS ET GUIDES DE FRANCE
SECOURS CATHOLIQUE
SECOURS POPULAIRE
SEED FOUNDATION
SEVRES - CITE DE LA CERAMIQUE
SOLIDARITES NOUVELLES FACE AU CHOMAGE
SOLTHIS
TERRITOIRE DE MUSIQUES
THEATRE DE CHAILLOT
UNHAJ
UNIVERSCIENCE
UNICEF
UNIS-CITE
UNIVERSITE DE CERGY PONTOISE (FONDATION)
VASARELY (FONDATION)
VISION DU MONDE
VOIR ET ENTENDRE (FONDATION)
WWF FRANCE (FONDATION)

Organismes professionnels

COMITE DE LA CHARTE
FRANCE BENEVOLAT
IDEAS
LE RAMEAU
MEDEF
UDA

Acteurs publics

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION
MINISTERE DE L'EDUCATION NATIONALE
CCI MARSEILLE PROVENCE
CONSEIL GENERAL DU NORD
ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES DES PAYS DE LOIRE
VILLE DE CANNES
VILLE DE REIMS

Agences/Conseils

ALTERM
APPLICATION MECENAT
BERTONI & CO
CO-INFLUENCE
CULTURE D'ENTREPRISE
CULTURE ECO
CULTUR'Y'L
ENTREPRISE CONTEMPORAINE
KOE
LA ROSE DU PRINCE
LES TROIS MONDES
LIZARINE
MECENAT WORLD
MEC'ENE
M&E CONSEIL
ORAVEO
TROIS TEMPS