

ETUDE COVID 19 : PREMIERS IMPACTS SUR L'ENGAGEMENT DES MÉCÈNES



31%

des entreprises ont augmenté leur budget mécénat dans le cadre de l'urgence



58%

des entreprises ont utilisé au moins 2 formes de mécénat



87%

des entreprises se sont engagées via d'autres moyens que le mécénat



67%

des mécènes se sont engagés dans l'aide d'urgence aux populations vulnérables



61%

des entreprises ont stabilisé leur budget mécénat dans le cadre de la crise



41%

des entreprises entrent en réflexion pour faire évoluer leurs axes d'intervention