

The ADMICAL logo features a stylized sunburst icon above the word "ADMICAL" in a white, sans-serif font. The background of the entire image is a blurred laptop screen displaying a data dashboard with a line graph and a pie chart. The line graph shows a blue line with data points, and the pie chart is divided into blue and green segments. The date "19 av." is visible on the screen.

ADMICAL

Étude COVID 19 :

Premiers impacts sur l'engagement
des mécènes

- ① CARTOGRAPHIE DES MÉCÈNES ENGAGÉS
- ② UNE MOBILISATION GÉNÉRALE À LA HAUTEUR DE LA CRISE
- ③ LA FORCE DU COLLECTIF EN TEMPS DE CRISE
- ④ QUEL AVENIR POUR LE MÉCÉNAT DANS LE « MONDE D'APRÈS » ?

METHODOLOGIE

Cette étude, réalisée entre avril et juin 2020, a pour objet de réaliser un premier bilan des actions menées au cours de ces 4 derniers mois et de se projeter dans les mois à venir, dans un contexte économique-social qui risque fortement d'être bouleversé.

Comment les mécènes se sont engagés dans cette crise ? Quels besoins ont été couverts ? Quels sont ceux à venir ? Quel impact de la crise sur les politiques d'engagement des mécènes ? Et finalement, quelles perspectives pour le mécénat dans « le monde d'après » ?

Plusieurs objectifs ont donc été définis afin de répondre à ces questions :

- ↳ Réaliser une cartographie des acteurs qui se sont mobilisés et les moyens utilisés
- ↳ Valoriser les initiatives collectives et partenariats innovants
- ↳ Mesurer les effets à court terme de la crise sur les politiques de mécénat
- ↳ Emettre des hypothèses d'évolution du mécénat à moyen et long-terme

La méthodologie choisie est une approche qualitative et quantitative avec :

POUR LA PARTIE QUALITATIVE

- ↳ Plus de 40 entretiens téléphoniques réalisés auprès de nos adhérents mécènes et porteurs de projet
- ↳ 8 focus groupes sur plusieurs thèmes spécifiques à la crise
- ↳ Une analyse des publications et autres études parus sur le sujet

POUR LA PARTIE QUANTITATIVE

- ↳ Un questionnaire en ligne adressé aux mécènes du 9 avril au 12 juin

- **31%** des entreprises ont augmenté leur budget mécénat pour répondre à la crise. Pour **61%** d'entre elles, il est resté stable.
- Les entreprises ont diversifié leurs actions de mécénat : **58%** des interrogées ont utilisé au moins 2 formes de mécénat. Au global, **86%** le mécénat financier, **54 %** le mécénat en nature et **39%** le mécénat de compétences.
- L'aide d'urgence aux populations vulnérables arrive en première place des secteurs les plus soutenus, avec **67%** des mécènes engagés. Viennent ensuite le soutien scolaire et la lutte contre le décrochage scolaire (47%) suivi de l'aide aux hôpitaux et autres établissements de santé (40%).
- **87%** des entreprises sondées ont déclaré s'être engagées via d'autres moyens que le mécénat.

- L'action collective a prouvé toute son efficacité pendant cette crise : dans les territoires, avec des fondations territoriales coordonnant les différentes actions menées et la création spontanée de collectifs ; à l'échelle nationale ou internationale, avec l'association de grandes groupes mettant à disposition leurs ressources ou encore le regroupement de grandes structures collectrices.
- La moitié des mécènes ont alloué entre **80 et 100%** de leurs fonds dédiés à la crise à des organisations privées. Quant aux structures publiques, elles ont pu bénéficier du fort engagement de **23%** des mécènes qui ont décidé de leur consacrer entre 60 et 100 % de leur budget.
- **81%** des entreprises ont totalement maintenu leurs engagements pris avant la crise. Néanmoins, 41% des entreprises ont déclaré entrer en réflexion pour faire évoluer leurs axes d'intervention et 7% affirment déjà qu'elles investiront de nouveaux domaines.

1

CARTOGRAPHIE

DES MÉCÈNES
ENGAGÉS

UNE MOBILISATION SANS PRÉCÉDENT DE TOUTE LA SOCIÉTÉ

Face à la pandémie, la France rentrait le 17 mars dans une période de confinement inédite, sonnait l'arrêt brutal de bon nombre des activités du pays. Entre urgence médicale, urgence économique et urgence sociale, c'est toute la société qui a dû se mobiliser et parfois se réinventer pour faire face à cette crise, dans une union sacrée historique.

Quelques chiffres permettent de mesurer l'ampleur de la crise et de la mobilisation...



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

500 milliards €
débloqués par
l'Etat
Prévision d'une
baisse de 17% du
PIB au 2^{ème}
trimestre



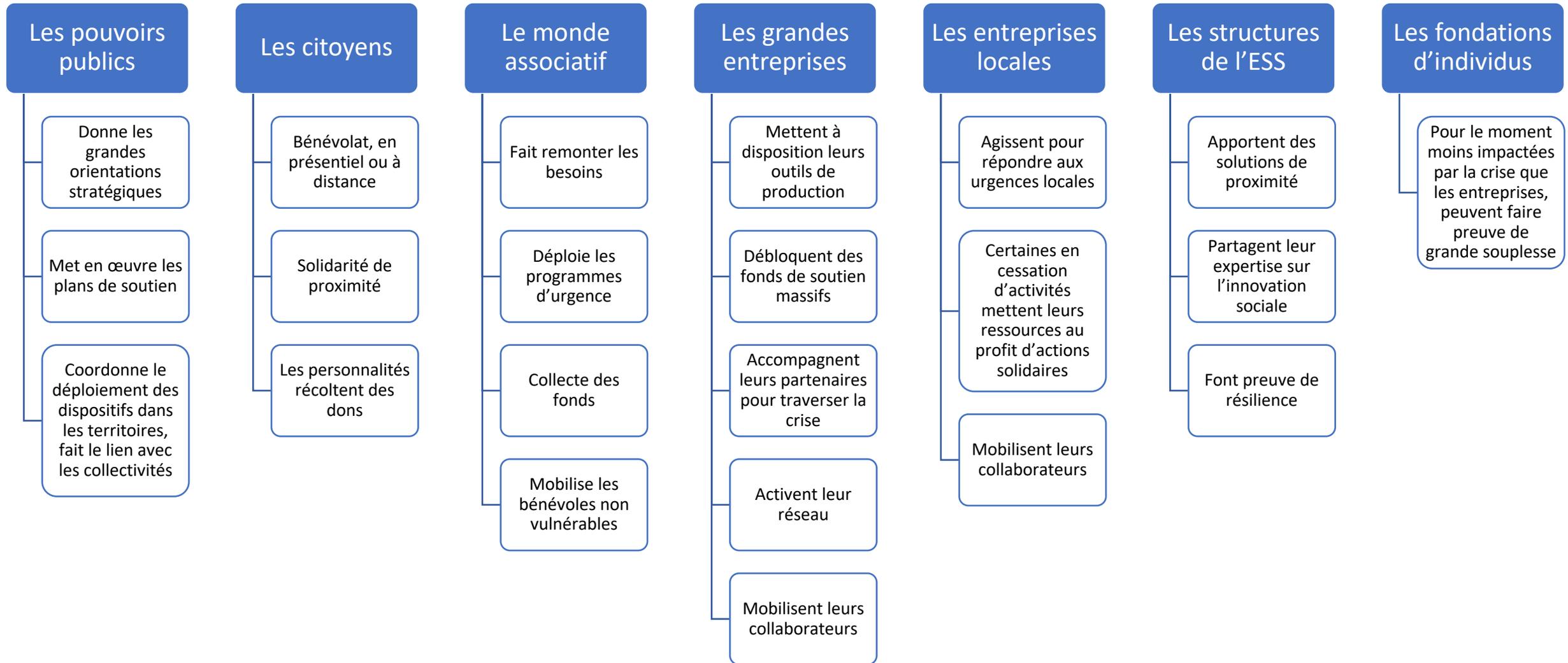
89% des
associations
auraient souffert
d'un manque de
bénévoles
Pertes évaluées à
1,4 milliard €



Près de **400 millions de dons €** réalisés par notre échantillon de mécènes

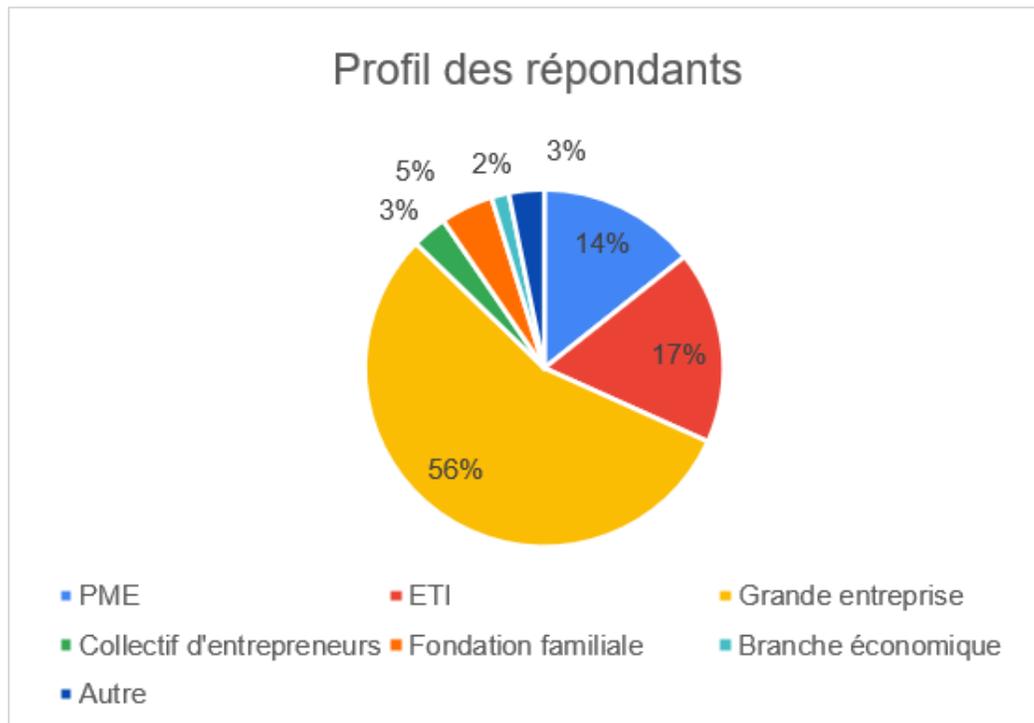
UNE MOBILISATION SANS PRÉCÉDENT DE TOUTE LA SOCIÉTÉ

ETUDE
COVID19

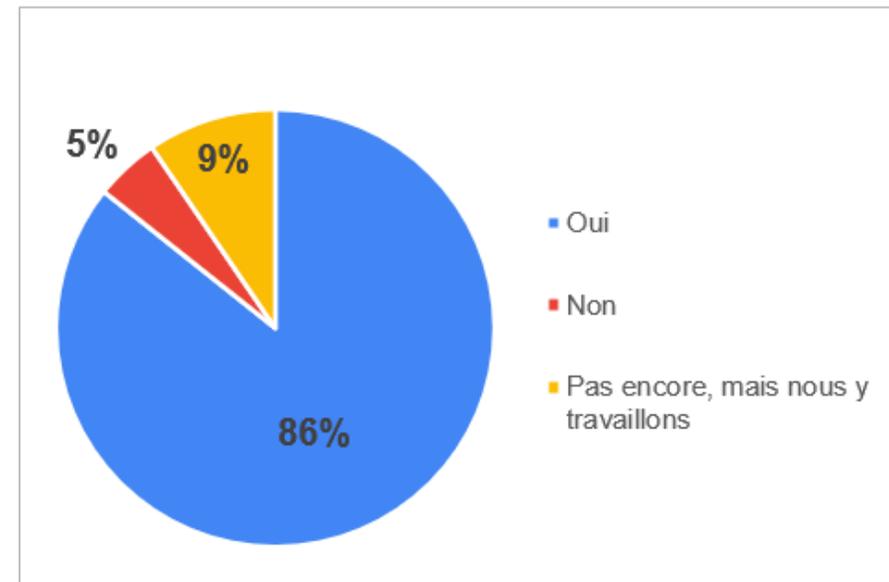


UNE MAJORITÉ D'ENTREPRISES ENGAGÉES PENDANT LA CRISE

Avez-vous réalisé des opérations de mécénat spécifiques dans le cadre de la crise du Coronavirus ?



Base : 63 répondants



95 % des entreprises interrogées ont réalisé des actions de mécénat spécifiques au COVID (86%) ou ont l'intention de le faire (9 %).

Parmi ceux ayant répondu positivement :
33 des 35 grandes entreprises interrogées (94%)
10 des 11 ETI interrogées
6 des 9 PME interrogées

LES GRANDES ENTREPRISES, SOUTIEN FINANCIER ET LOGISTIQUE DE POIDS DÈS LES PREMIERS JOURS

ETUDE
COVID19

Grâce à une identification très rapide des besoins d'urgence, les grandes entreprises ont pu mettre à disposition dès les premiers jours leur puissance d'action au service de la lutte contre la pandémie.

Dès le 16 mars, **LVMH** lance la production de gel hydroalcoolique pour les hôpitaux et passe une première commande de 10 millions de masques chirurgicaux et FFP2 à destination des hôpitaux. L'opération est renouvelée pour obtenir environ 40 millions de masques.

LE GROUPE PERNOD-RICARD offre 70 000 L d'alcool pur au laboratoire Cooper.

HERMÈS offre 20 millions d'euros pour l'AP-HP, plus de 30 tonnes de solution hydroalcoolique produites par son site Parfum du Vaudreuil, et plus de 31 000 masques des différentes entités de l'entreprise.

LE GROUPE L'ORÉAL fabrique en grande quantité du gel hydroalcoolique. Il est distribué via la Roche-Posay dans le circuit médical, hôpitaux et EHPAD. Et par la marque Garnier dans les enseignes de la grande distribution en Europe pour que les employés puissent se protéger.

LA FONDATION CMA CGM mobilise l'expertise logistique et les réseaux internationaux du Groupe CMA CGM pour acheminer et offrir des matériels médicaux en France et à l'international.



© Presse / LVMH

LES ENTREPRISES DE L'ESS EN DIFFICULTÉ MAIS PORTEUSES DE SOLUTIONS

ETUDE
COVID19

La crise a révélé les fragilités de toutes les structures, qu'elles soient associatives ou entrepreneuriales. Celles de l'ESS n'y ont pas échappé, mais la dimension humaine des structures, la proximité avec le terrain, l'expérience de l'innovation sociale et les modèles de fonctionnement et de financement hybrides leur ont permis d'être plus résilientes face à la crise et de pouvoir déjà travailler à l'après.

« Les organisations de l'ESS sont assez résilientes et ont fait preuve d'une grande adaptabilité. On peut être optimiste pour la suite. » (entreprise mécène)

« Un entrepreneur social et écologique, c'est donc quelqu'un qui s'attaque chaque jour à des défis que d'autres disent impossible à relever. La résilience, la créativité et l'acharnement sont dans notre ADN d'entrepreneurs à impact. » (Tribune d'Eva Sadoum, Co-fondatrice et présidente de LITA)

« Le Monde d'après, on y travaille déjà depuis 10 ans. »
(Alliance d'entrepreneurs mécènes)

Afin de soutenir ce secteur qui tiendra une place centrale dans la construction d'un monde plus solidaire, le gouvernement a mis en place plusieurs mesures dont un accompagnement aux très petites entreprises de l'ESS (3 salariés et moins) menacées.

➤ PHENIX SUR LE FRONT POUR LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Phenix est une entreprise sociale dont la mission est double : lutter contre le gaspillage et contre la précarité alimentaire. Déjà partenaire de 1 300 associations en France, l'entreprise redistribue quotidiennement 100 000 repas gratuitement. Lors de la crise, son activité a été renforcée afin d'accompagner tous les producteurs et supermarchés pour redistribuer leurs produits alimentaires aux associations dans le respect des règles d'hygiène : tri des produits, vérification des dates de péremption, impression des papiers pour la traçabilité, accueil des bénévoles, etc... Prochaine étape : un nouveau partenariat avec le réseau d'épiceries solidaires ANDES qui, en plus de proposer aux personnes en situation de précarité des aliments à prix réduit, travaille sur 4 chantiers d'insertion en formant des salariés aux métiers de la logistique.



LA FRENCH TECH LARGEMENT MOBILISÉE

ETUDE
COVID19

LES MAKERS EN ACTION DANS LES FABLABS

Imprégnés d'une culture numérique et technologique très forte, les « makers », répartis dans les 600 fablabs de France se sont très rapidement mobilisés. Environ 250 000 visières ont été réalisées et distribuées par 5 000 makers bénévoles membres du Réseau Français des Fablabs, plus de 300 000 visières ont été livrées via le réseau Visière Solidaire et la plateforme Covid3d.fr en a dénombré 75 000. Des collectifs tels que « Makers contre Covid », la plateforme « Just one giant lab » ou encore le « Discord Entraide Maker » ont aussi travaillé main dans la main avec l'AP-HP et d'autres CHU afin de développer des modèles de protection homologués.

Les FabLabs solidaires de la Fondation Orange

La Fondation Orange a versé une aide financière exceptionnelle de 200 000€ permettant aux 52 FabLabs d'acheter la matière première et de produire chacun plusieurs milliers de visières.

Cette opération a été déployée dans 13 FabLabs Solidaires de 7 pays d'Afrique et du Moyen-Orient et dans 39 FabLabs Solidaires européens. Près de 220 000 visières ont été produites.



© Fondation Orange

DANS LES TERRITOIRES, LES STARTUPS METTENT A DISPOSITION LEUR SOLUTION NUMÉRIQUE

De nombreuses startups ont offert leurs solutions numériques, avec une diversité des prestations qui a permis de couvrir de des besoins très différents.

QUELQUES EXEMPLES

Exolis, créateur de solutions d'e-santé, aide les hôpitaux pour le suivi à distance des patients infectés. La **startup Hopen Project** a conçu la Sunday Box, un boîtier connecté au téléviseur pour partager des photos

à partir d'une application.

Kaduceo, spécialisé dans l'analyse et la prédiction des parcours de soins, a développé des nouveaux modèles pour aider à la prédiction des entrées de patients liés au Coronavirus et des autres afin d'aider les équipes soignantes dans l'organisation et l'anticipation.

TECH FOR GOOD ET LE MOUVEMENT DES ENTREPRENEURS SOCIAUX (LE MOUV) CRÉENT LA HELPROOM composée d'une boîte à outils pour travailler et vivre confiné dans les meilleures conditions, d'une hotline d'experts et d'un programme hebdomadaire de webinaires dédiés aux entrepreneurs à impact positif.



Latitudes Chaque jour, Latitudes partage un petit message, très activable, afin de mobiliser des bénévoles au profil tech sur 1 à 3 projets.



Si le mouvement **Tech For Good** réunit plus de 300 startups dont le modèle de développement intègre déjà des problématiques sociales et/ou écologiques, les représentants de la French Tech, qui suivent un modèle plus « classique », ont su très rapidement s'adapter pour offrir leurs solutions afin de lutter contre la pandémie.

Les 250 membres de l'association **EdTech France** ont également eu un rôle essentiel : grâce à la mise en place d'un site dédié, 210 entreprises ont pu proposer leurs services gratuitement pour assurer la continuité pédagogique. 10 000 connexions ont été enregistrées.

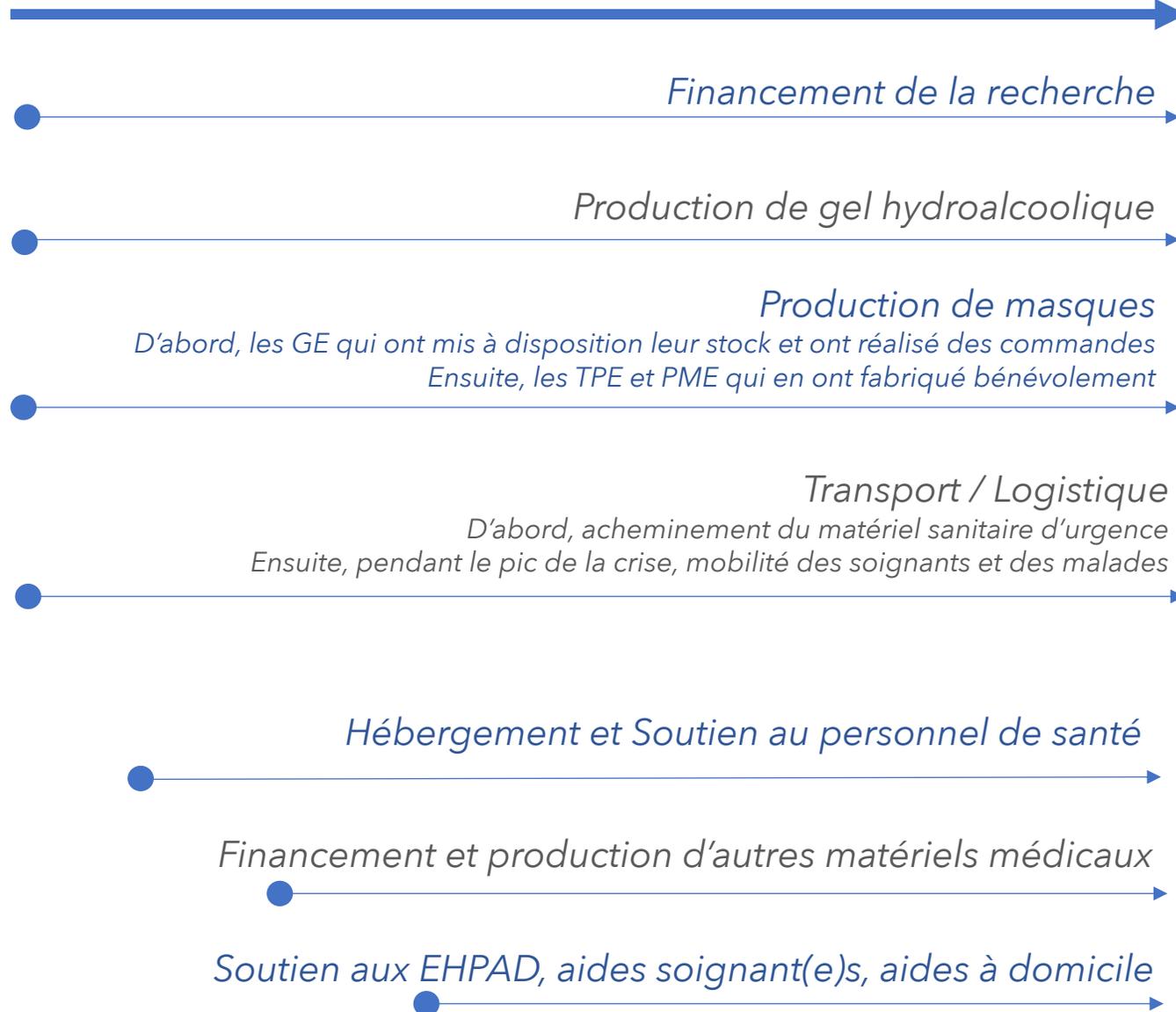
2

UNE MOBILISATION
GÉNÉRALE

A HAUTEUR DE LA
CRISE

L'AIDE DES MÉCÈNES ÉVOLUE PROGRESSIVEMENT

MARS 2020

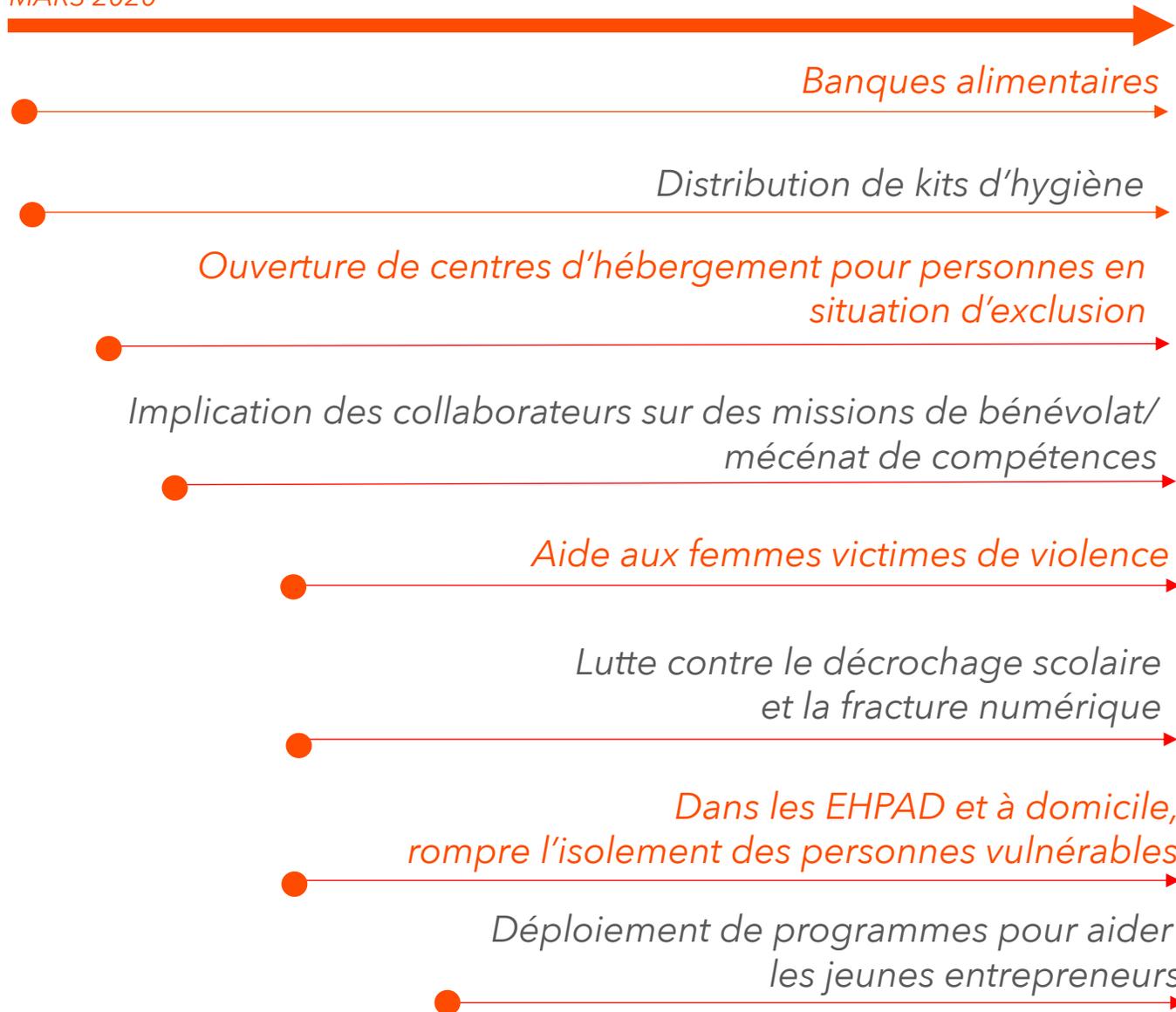


SUR LE VOLET SANITAIRE

- L'apparition d'un nouveau virus si contagieux effraie le monde : la recherche pour soigner et vacciner devient une priorité.
- Les premiers jours ont été marqués par l'urgence de produire des masques et du gel : les pouvoirs publics et les mécènes sont sur le même front.
- Rapidement apparaissent de nombreux autres besoins dans les hôpitaux.
- Afin de soulager le personnel de santé et protéger leur cercle familial, plusieurs programmes sont déployés.
- Après les masques et le gel, les entreprises développent leur expertise pour produire des produits médicaux plus élaborés
- Ce n'est que dans un 2nd temps que les besoins des EHPAD ont été pris en compte

L'AIDE DES MÉCÈNES ÉVOLUE PROGRESSIVEMENT

MARS 2020

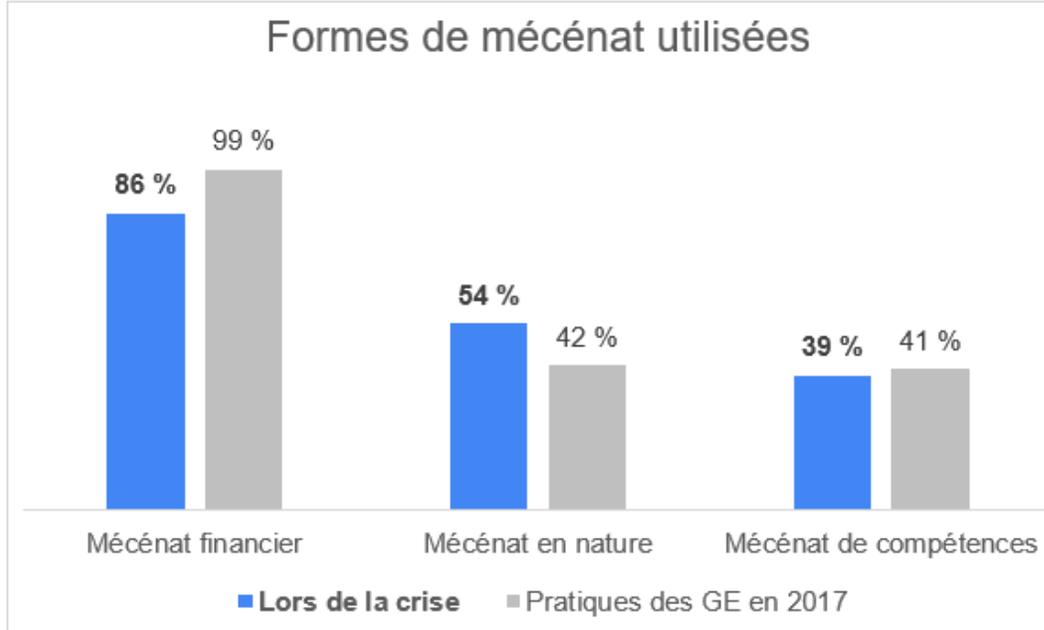


SUR LE VOLET SOCIAL

- Les premières aides mises en place sont principalement à destination des personnes en situation de grande exclusion, notamment les sans-abris et réfugiés.
- Après avoir assuré la sécurité des salariés dans un premier temps, certaines entreprises proposent aux collaborateurs de s'engager, à distance ou en présentiel pour pallier le manque de bénévoles.
- Une nouvelle crise, plus « silencieuse », apparaît et touche des nouvelles populations : femmes, jeunes, seniors...
- Accompagner les jeunes entrepreneurs pour traverser la crise économique est et sera un enjeu de taille.

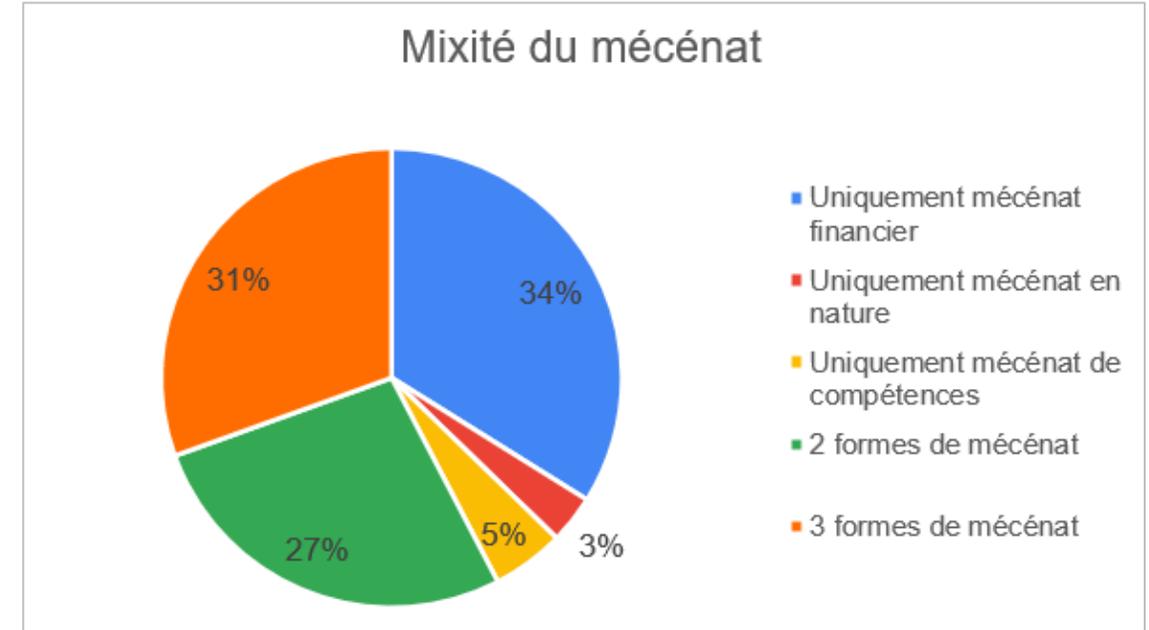
LE RÔLE DÉTERMINANT DU MÉCÉNAT EN NATURE ET DE COMPÉTENCES

Sous quelle(s) forme(s) ont été / vont être réalisées vos opérations de mécénat ?



Cette crise a bousculé les pratiques de mécénat. En effet, le dernier baromètre Admical montrait que 99 % des grandes entreprises mécènes réalisaient du mécénat financier (86 % ici), 42 % du mécénat en nature (54% ici) et 41 % du mécénat de compétences (39 % ici).

Les contrastes sont ainsi particulièrement marqués pour le mécénat financier et le mécénat en nature.



Bien que le mécénat financier reste la forme de mécénat la plus utilisée, les entreprises n'ont pas hésité à multiplier les modes d'actions pour couvrir un maximum de besoins. 27% d'entre elles ont ainsi utilisé 2 formes de mécénat, et 31% ont utilisé à la fois le mécénat financier, en nature et de compétences.

A noter que les mécénats exclusivement en nature ou en compétences restent marginaux : ils arrivent très souvent en complément d'une politique de mécénat financier déjà engagée.

LE RÔLE DÉTERMINANT DU MÉCÉNAT EN NATURE ET DE COMPÉTENCES

ETUDE
COVID19

Les Banques alimentaires récupèrent des milliers de tonnes de denrées alimentaires

Les entreprises de restauration commerciales, sociales ou collectives ont été les premières à faire des dons. Ensuite ont suivi les industriels et la grande distribution. L'acheminement des denrées a également été pris en charge par certains mécènes comme Le Petit Forestier et CMA CGM qui ont offert des containers, ou encore le Groupe Bolloré qui a pris en charge les chargements pour l'envoi de la marchandise dans les DOM-TOM. Au total, plus de 250 nouveaux partenaires ont rejoint les Banques Alimentaires.

En Pays de la Loire, une offre de masques qui dépasse la commande publique

Grâce à l'action commune de 8 entreprises de la région et un collectif de dirigeants et de soignants des Sables d'Olonne, plus de 1,8 million de masques ont pu être donnés, produits ou importés. C'est plus que la Région Pays de la Loire elle-même, qui a consacré 1,6 million d'euros pour l'achat d'1,5 million de masques.

La SNCF offre les trajets pour les personnels soignants

répondant aux appels à volontariat lancés par des institutions médicales. Elle a également participé gratuitement au transfert de malades d'un hôpital à un autre en cas de surcharge, grâce à la mise à disposition de trains médicalisés.



A crise inédite réponse inédite. Si les entreprises, véritables forces vives de la société, sont restées pour la plupart paralysées pendant plusieurs semaines, elles n'ont pas pour autant perdu leur pouvoir d'agir. En plus du mécénat financier, le mécénat en nature et de compétences ont permis d'apporter des solutions concrètes et rapides, fournissant directement aux associations ce dont elles avaient besoin pour répondre à l'urgence. Un gain de temps et une efficacité sans commune mesure, qui pourront peut-être inspirer de nouveaux modèles de partenariat à l'avenir.

EDF débloque 15 jours de mécénat de compétences scientifiques EDF R&D au profit de l'Hôpital Saint-Louis dans un but de maîtrise du risque de contamination aéroportée par gouttelettes bucco-pharyngées.

Les experts de Veolia mobilisés pour donner accès à l'eau

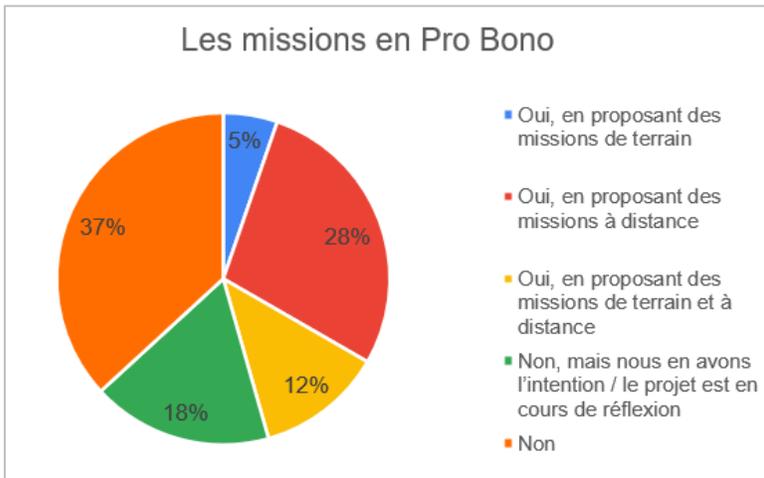
Avec Croix-Rouge Insertion et Solidarités International, la fondation Veolia aide les confinés de la rue à se protéger contre le Covid-19. Des kits sanitaires sont distribués aux sans-abris, dans des campements, squats et bidonvilles. Elle participe également à la mise en place d'accès à l'eau provisoires dans des campements insalubres de la région parisienne.



En mettant à disposition ses experts auprès de partenaires ONG, elle a participé à l'évaluation des besoins sur le terrain, en Seine-Saint-Denis, avant de faciliter l'installation de rampes de distribution en fournissant du matériel.

IMPLIQUER LES COLLABORATEURS TOUT EN LES PRÉSERVANT

Avez-vous mis en place un ou des dispositif(s) de mécénat / bénévolat de compétences pour les collaborateurs de votre entreprise ?



Si le premier réflexe des entreprises a été de protéger leurs salariés au début du confinement, de nombreuses missions d'accompagnement ont finalement été mises en œuvre. Ainsi, 70 % des entreprises interrogées ont mis en place des dispositifs de mécénat ou bénévolat de compétences, 5 % d'entre elles ont proposé uniquement des missions de terrain, 28 % des missions à distance, et 12 % des missions à la fois en présentiel et à distance.

Face à un élan de solidarité largement répandu, les entreprises ont mis en œuvre plusieurs opérations afin de soutenir le désir d'engagement de leurs collaborateurs. En plus des missions de terrain et à distance proposées, on retrouve principalement des **appels aux dons abondés par l'entreprise ou la fondation, une promotion renforcée des plateformes d'engagement, et la possibilité de faire des dons de congés,**



L'ARRONDI, une voie pour embarquer les collaborateurs et les clients dans des actions solidaires

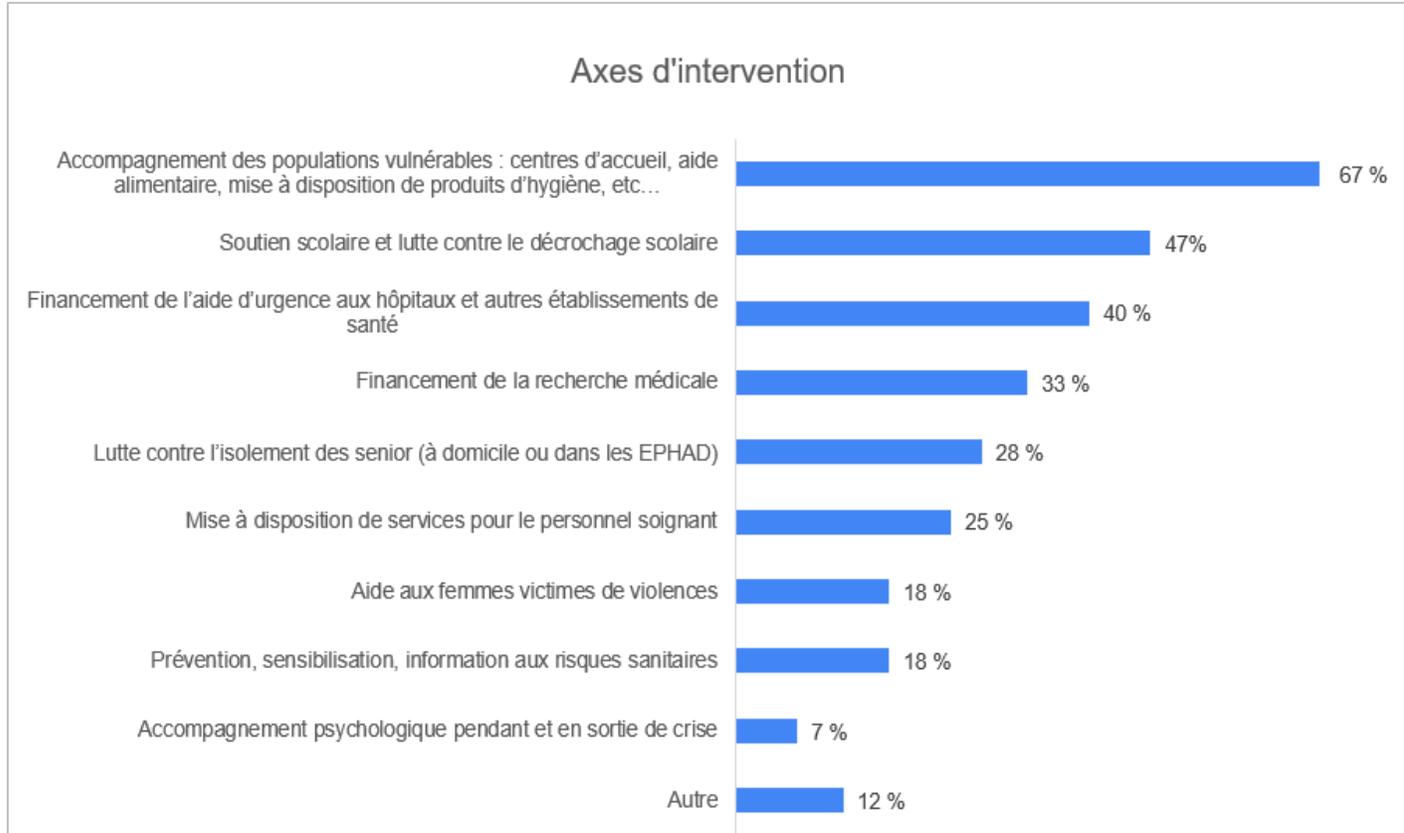
Face à l'urgence de la crise sanitaire et économique provoquée par le Covid-19, microDON et ses partenaires ont multiplié les initiatives, mobilisant ainsi près d'1 million de citoyens. Parmi elles, l'arrondi a permis de lever plus de 737 000 € dont 505 7300 € récoltés via les arrondis en caisse, fléchés vers l'AP-HP, le Secours Populaire et la Fondation de France. La campagne de Monoprix a par exemple permis de récolter 305 000 €. L'arrondi sur salaire et la mise en place d'un dispositif de don par carte bancaire ont permis de réunir des fonds supplémentaires.



BNP PARIBAS a activé à l'échelle mondiale son fonds Urgence & Développement pour soutenir un programme mondial d'ONG humanitaires mobilisées face à la crise. Chaque versement de collaborateur est abondé d'un montant équivalent par BNP Paribas.

VINCI a créé VINCI Solidarity, une plateforme de mobilisation solidaire pour les collaborateurs du groupe. En 6 jours seulement, 2700 collaborateurs s'étaient déjà connectés et 100 missions à distance étaient proposées. pour aider les associations du monde scolaire et sanitaire et social. C'est dans le même esprit que la **FONDATION FDJ** a créé l'espace d'échanges « Teams Solidarité Confinement ».

De son côté, **IDENTICAR** a encouragé ses collaborateurs, en majorité en chômage partiel, à s'orienter vers la réserve civique ou à réaliser des conversations de courtoisie auprès de leurs membres de plus de 60 ans. 2 collaboratrices travaillent également avec l'association « Mobilité 07-26 » pour accompagner 28 bénéficiaires en voie d'insertion pour qui le confinement a été très lourd.



Avec 67 % de mécènes engagés, l'accompagnement des populations vulnérables est le premier axe d'intervention. Viennent ensuite le soutien scolaire et la lutte contre le décrochage scolaire (47%) suivi de l'aide aux hôpitaux et autres établissements de santé (40%).

La recherche médicale, qui a pu bénéficier de dons très substantiels, n'a pourtant pas mobilisé l'ensemble des mécènes, puisqu'ils étaient un tiers à déclarer avoir agi dans ce domaine. La lutte contre l'isolement des seniors, une problématique sociétale sensible déjà existante avant la crise, est devenue primordiale dans ce contexte de confinement. 28% des mécènes se sont engagés sur cette thématique. Autre conséquence grave du confinement, l'augmentation du nombre de violences conjugales et familiales. Néanmoins, ce sujet, tout comme la prévention sur les risques sanitaires et l'accompagnement psychologique ne semble pas être prioritaire,

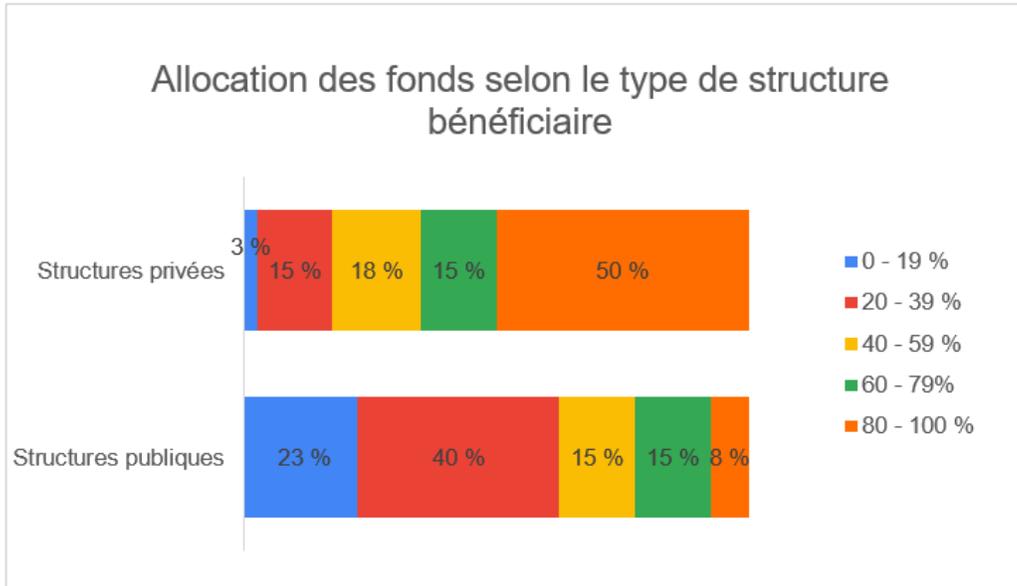
Non représentés sur ce graphique, on trouve aussi les « grands oubliés » qui n'ont pas ou peu bénéficié d'aides, que ce soit de la part du gouvernement ou des mécènes : l'aide aux personnes en situation de handicap, le soutien aux autres « héros du quotidien » comme les livreurs ou caissières, ou encore les autres personnels de santé, comme les médecins libéraux ou les aides à domicile.



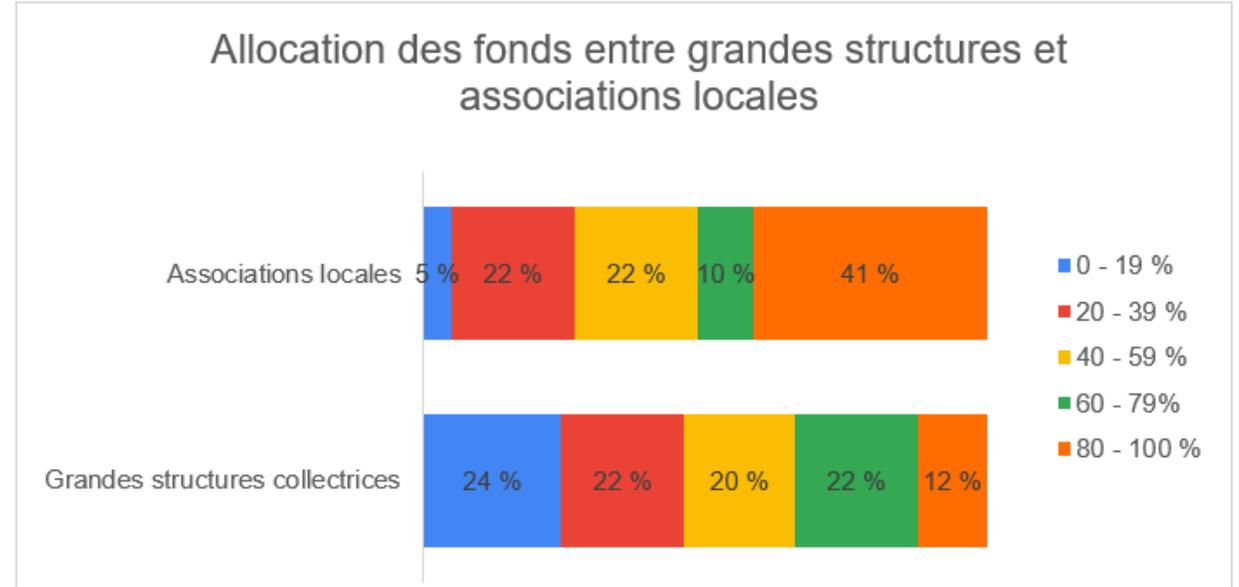
Le Crédit Agricole engage un fonds de 20 millions d'euros pour protéger les personnes âgées, soutenir les soignants dans les Ehpad et les auxiliaires de vie. Cette aide à destination des Ehpad et ADMR vient soulager un secteur qui n'avait pas bénéficié de soutiens conséquents au début de la crise, alors que les populations étaient particulièrement exposées.

UN IMPORTANT SOUTIEN AUX STRUCTURES PUBLIQUES ET ASSOCIATIONS LOCALES

Comment est réparti votre budget de mécénat entre le soutien aux structures publiques et aux structures privées ?



Comment est réparti votre budget de mécénat entre le soutien aux grandes structures collectrices et aux associations locales ?



La moitié des mécènes ont alloué entre 80 et 100% de leurs fonds dédiés à la crise à des organisations privées.

Quant aux structures publiques, elles ont pu bénéficier du fort engagement de 23% des mécènes qui ont décidé de leur consacrer entre 60 et 100 % de leur budget. Autre part non négligeable, les 55% des mécènes qui leur ont alloué entre 20 et 60 % de leur budget.



Le tissu associatif local a pu recevoir un soutien massif des mécènes puisque plus de la moitié d'entre eux ont consacré aux associations locales entre 60 et 100 % de leur budget, 41% y allouant même entre 80 et 100 % !

Ce signal est plutôt positif. On y voit en effet la volonté des entreprises de ne pas « lâcher » leurs partenaires habituels. Cet effort devra être pérennisé pour permettre à certaines associations de survivre à la crise.

DES MÉCÈNES À L'ÉCOUTE DE LEURS PARTENAIRES HABITUELS



Au cours des entretiens, tous les mécènes ont souligné une évolution de leurs relations avec les bénéficiaires, et ce de manière positive. Le contexte de crise a donc, de manière assez paradoxale, favorisé l'approfondissement des relations entre mécènes et porteurs de projet.

Différents facteurs peuvent expliquer cette évolution :

- La dimension globale de la crise, qui affecte mécènes et bénéficiaires, rapproche de fait et psychologiquement l'ensemble des parties prenantes. **« On est tous dans le même bateau »**
- En contexte de crise, la « routine » est bouleversée, et les informations qui semblaient certaines à une époque ne le sont plus forcément. Il devient dès lors nécessaire de se renseigner régulièrement, rendant ainsi les échanges plus fréquents. **« Nos chargés de mission ont appelé tous les élèves (500) que nous accompagnons pour connaître leur situation et leurs besoins » .**
- Avec des activités quotidiennes réduites ou absentes, les porteurs de projet ont le temps de travailler sur des sujets de fond et de mener des réflexions profondes sur le projet global de leur association. La collaboration avec leurs mécènes peut dans ce cas devenir un véritable atout. **« Nous avons créé des réunions inter-projets pour se soutenir les uns et les autres et partager les pratiques. »**
- Le bouleversement des priorités. **« En temps normal, il existe une tendance de fond à créer de nouveaux programmes. Dans le cadre de la crise, l'objectif a été d'être plus réactif en soutenant des projets avec des tickets moins importants mais qui aident à répondre à un besoin précis ».**

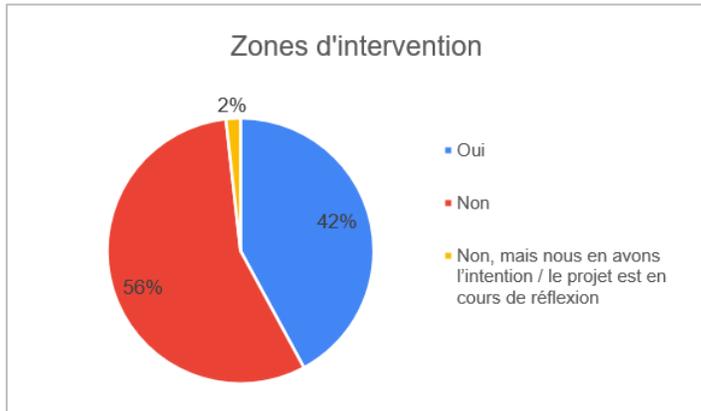
Grâce à cet échange renforcé et la flexibilité des mécènes, des besoins urgents ont pu être couverts avec des aides exceptionnelles ou une réaffectation d'une part d'un budget pluriannuel, Certains mécènes renoncent également aux contreparties, ou bien les proposent à d'autres structures à finalité sociale.

Avec 1 association sur 5 ayant des inquiétudes et rencontrant des difficultés pour maintenir ses partenariats, il sera indispensable de continuer à travailler sur cette relation de confiance afin de coconstruire des projets, ou adapter ceux déjà existants à la nouvelle situation.



UNE ACTION À L'INTERNATIONAL RENDUE COMPLIQUÉE PAR LES RÈGLES SANITAIRES...

Soutenez-vous des actions menées à l'étranger dans le cadre de la lutte contre l'épidémie du COVID-19 ?



Face à une crise d'une telle ampleur, ce sont les mécènes et organisations bénéficiaires déjà accoutumés à l'action d'urgence à l'étranger qui ont été les plus actifs. Parmi les ONG particulièrement mobilisées, on peut citer l'UNICEF, Médecins sans Frontières, Aviation sans Frontières ou encore Action Contre la Faim, dont la maîtrise de la logistique humanitaire a permis d'assurer l'envoi de matériel et le transport de bénévoles.



La mobilisation des entreprises françaises a été considérable, mais toutes ne se sont pas engagées dans des programmes internationaux. Le niveau est même inférieur à celui enregistré habituellement, puisque le dernier baromètre Admical présentait une part de grandes entreprises agissant à l'international de 55%, alors qu'elles ne sont que 42% en cette période de crise sanitaire.

2 raisons pour expliquer ce chiffre : d'une part, une urgence telle en France que les mécènes ont préféré concentrer leurs efforts sur le territoire national ; d'autre part, des contraintes dans leurs actions liées aux réglementations sanitaires.



Afin de pouvoir envoyer du matériel, 2 mécanismes ont été mis en place :

- Celui du Programme Alimentaire Mondial (PAM) des Nations Unies
- Celui de l'Union Européenne qui a créé un pont aérien entre l'Europe et plusieurs pays.

Selon le Réseau Logistique Humanitaire (RLH), la logistique représente 60 à 80 % des dépenses des missions humanitaires.



« La logistique humanitaire c'est, comme on dit, la « colonne vertébrale » de toute opération à l'international. [...] Achat, stockage, transport, livraison depuis l'international puis, sur le terrain, administration de ces biens, maintenance, gestion des stocks et gestion des ressources humaines dédiées ...[...] Avec cette crise, toute la chaîne d'approvisionnement était impactée : des achats difficiles (voire impossibles) à faire aux avions inexistantes pour les transporter. »

Marie Evreux, responsable du département logistique-achats à la direction des opérations internationales de la Croix-Rouge française.



UN ENGAGEMENT QUI DÉPASSE LE MÉCÉNAT

ETUDE
COVID19

87 % des mécènes se sont engagés par d'autres moyens que le mécénat

Voici quelques exemples d'actions ayant été lancées par des entreprises. Avez-vous mené une ou plusieurs de ces actions ?

Autres formes d'engagement



Au-delà des dons réalisés pour lutter contre la pandémie et accompagner les plus vulnérables, les entreprises ont révélé leur capacité à se mobiliser dans des délais très courts, en utilisant tous les moyens à leur disposition.

Ainsi, la mobilisation des ressources de l'entreprise (47%), le renforcement de la communication sur les besoins des associations (42%) et la mobilisation du réseau (40%) sont des actions essentielles, difficilement valorisables, qui ont contribué à répondre à l'urgence.

Parallèlement, de nombreux efforts financiers sortant du champ du mécénat ont été réalisés : un tiers des entreprises répondantes ont renoncé aux aides publiques, un quart ont pris en charge le chômage partiel, 22% d'entre elles ont diminué la rémunération de leurs dirigeants.

3

LA FORCE DU
COLLECTIF

EN TEMPS DE
CRISE

DU LOCAL À L'INTERNATIONAL, L'ACTION COLLECTIVE RÉVÈLE SA FORCE

ETUDE
COVID19



© Aviation Sans Frontières

Des mécènes se réunissent autour de l'appel à la solidarité d'Aviation sans Frontières

Afin de transporter les professionnels de santé sur le territoire en fonction des urgences hospitalières, ASF a lancé un appel à la solidarité, largement entendu. Ainsi, Dassault Aviation a mis en œuvre un Falcon 7X et Daher a engagé un TBM 700 et un TBM 910. Jetfly, une compagnie d'aviation d'affaires en propriété partagée qui opère une flotte d'une cinquantaine de PC-12 et PC-24, a lancé un appel à ses 250 copropriétaires qui lui a permis en seulement 24 heures de collecter plus de 150 heures de vol au profit d'ASF. De son côté, Total a débloqué une première dotation de carburant.

#20H05JEDONNE

Découvrir les collectes



SOIGNANT.E.S

228 collectes



PUBLICS FRAGILES

523 collectes



VIE QUOTIDIENNE ET SOCIALE

162 collectes

[Don-coronavirus.org](https://don-coronavirus.org) est une initiative collective lancée par HelloAsso avec Ulule, KissKissBankBank et Givexpert, trois autres plateformes accueillant des projets solidaires. Développée en 48h, elle a permis de présenter sur un même site de nombreuses initiatives à travers le territoire en recherche de financements pour répondre à la crise. Toutes les structures étaient représentées : pour les bénéficiaires, de l'association locale à la grande fondation collectrice ; du côté des mécènes, du particulier à la grande entreprise.

Au total, ce sont : 1077 collectes locales et nationales, plus de 8 millions d'€ récoltés, près de 70 000 donateurs.

LES COLLECTIFS DANS LES TERRITOIRES

Bien que les grandes alliances nationales et internationales aient bénéficié d'une plus grande résonance médiatique, il n'en demeure pas moins que de nombreux collectifs ont émergé dans les territoires pour lutter contre la pandémie.

Des visières de l'espoir : un relai efficace au service du CHU de Caen

Le CHU de Caen s'est rapproché du média de référence dans l'industrie de l'impression 3D, 3DNatives, pour appeler à soutenir le personnel médical. En quelques heures, le réseau s'active et Alain Moinat, du Paris Saclay Hardware Accelerator se mobilise pour, en 48 heures, concevoir, produire et distribuer bénévolement des visières de protection intégrale partiellement imprimées en 3D. Validées par le CHU de Caen, ces visières sont ensuite produites en plus grande quantité grâce à l'engagement de nouveaux partenaires : Decathlon, L'Oréal, HP, Aereco, BASF, Leroy Merlin, Carrefour et Agco Massey Ferguson. Au total, le collectif a réuni 30 partenaires et 113 000 visières ont été fabriquées.

Makers for life : 250 volontaires réunis autour d'un projet open source

En seulement un mois, le collectif nantais Makers for Life a réussi à produire le MakAir, un respirateur artificiel innovant à prix réduit, dont les plans sont en open source. Alors que les 250 bénévoles attendent encore la validation de l'Agence nationale du médicament et des produits de santé (ANSM), le projet intéresse déjà plusieurs Etats.

L'initiative culinaire et solidaire « Les Belles Gamelles »

Réunissant 30 chefs toulousains, leurs producteurs et fournisseurs, « Belles Gamelles » a livré des milliers de repas aux soignants et aux plus démunis, accompagnée par la coopérative Lune Bleue, spécialisée dans la transition par l'alimentation.



« J'aime mon territoire », une plateforme pour encourager la solidarité dans les territoires

Lancée jeudi 9 avril par les Caisses régionales, la plateforme a pour ambition de favoriser la création de lien social de proximité et l'entraide entre voisins tout en respectant les mesures de confinement. Elle se fait l'écho de belles histoires à travers le récit d'actions solidaires locales, la mise en avant des supers héros locaux. Un onglet « Ma communauté » regroupe les utilisateurs qui se trouvent autour de moi. Enfin, des pages dédiées aux associations, aux commerçants, aux producteurs locaux ou groupes d'intérêts leur permettent de partager les services et actions mis en place pendant la période de confinement.

Bordeaux mécènes solidaires : une fondation territoriale structurée qui a su gérer l'urgence

BMS est une fondation territoriale qui a pour objet d'accompagner les entreprises dans leur politique de mécénat en Gironde et d'aider les associations locales à mobiliser les ressources nécessaires. Pour répondre à la crise, BMS a pu s'appuyer sur son expérience pour aider les plus vulnérables, notamment sur le volet alimentaire. Au total, 14 associations ont été soutenues, 5 000 personnes aidées et 76 000 € distribués.

L'appel à projets de Metz Mécènes Solidaires

Le fonds de dotation territorial MMS, qui réunit acteurs publics, privés et de la société civile, a décidé quant à lui de faire un appel à projets dédié pour répondre aux besoins spécifiques des associations locales, avec une enveloppe dédiée de 10 000 €.



A l'échelle locale, les principaux collectifs qui ont émergé très spontanément agissaient principalement dans les domaines de l'aide alimentaire (auprès des populations vulnérables, personnes âgées isolées et soignants) et de la fabrication de matériel médical.

Capitaliser sur cette expérience inédite sera essentiel dans les prochains mois afin de pérenniser ces nouveaux partenariats et l'approche collective dans les territoires.

LA PUISSANCE INDUSTRIELLE AU SERVICE DE LA MÉDECINE



COORDINATEURS
DU PROJET



Multiplier par 20 la capacité de production de respirateurs artificiels en 2 mois : oui, c'est possible !

Le 31 mars, 4 grands groupes industriels - Air Liquide, Schneider Electric, Valeo et le Groupe PSA - se sont associés en un consortium dans le but de produire 10 000 respirateurs artificiels en 50 jours, c'est-à-dire grâce à une capacité de production multipliée par 20. Ce défi industriel fera également appel à la contribution exceptionnelle de 100 entreprises partenaires pour assurer la fourniture des 300 composants essentiels à la fabrication de ces équipements médicaux. Ces respirateurs ont été fournis à prix coûtant, et les coûts exceptionnels induits par la mise en place de ce programme industriel inédit n'ont pas été répercutés.

Sécurisation des composants

- Près de 100 fournisseurs assurent l'approvisionnement des 300 composants des respirateurs
- >> Les experts achats d'Air Liquide Medical Systems travaillent en binômes avec les experts dédiés par les autres partenaires pour chaque domaine (mécanique et électronique)

Réorganisation des ateliers de production

- Mise en place de 3 lignes de production supplémentaires avec 3 équipes travaillant 6j / semaine
- Pré-assemblage du bloc mécanique sur le site PSA de Poissy

Mobilisation de ressources supplémentaires

- Mobilisation de 240 opérateurs supplémentaires sur la base du volontariat, dont 185 sur le site d'Antony et 55 sur le site de PSA à Poissy.

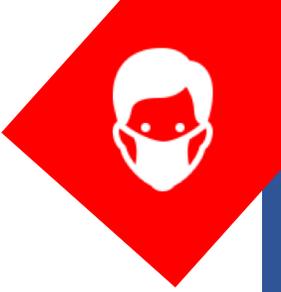


En un temps record, **4 grandes industries ont su :**

- concevoir un projet collectif utilisant la valeur ajoutée de chacune
- partager leur savoir-faire,
- dépasser leurs différences,
- faire preuve de flexibilité et d'adaptabilité pour respecter les contraintes de chacune
- Réunir des volontaires avec des cultures d'entreprises différentes pour les intégrer dans le processus de production
- Réunir autour d'elles près de 100 autres entreprises partenaires

pour finalement porter un projet d'envergure considérable.

#GARDONSLELIEN : LE NUMÉRIQUE POUR ROMPRE L'ISOLEMENT DES MALADES



LE PROJET

#GardonsLeLien



INGÉNIERIE DU DISPOSITIF INITIAL

- Une initiative imaginée fin 2018 par le Collectif d'entreprises pour une économie plus inclusive
- Le Groupe ADP, Axa, Crédit Agricole, Danone, Microsoft France, Orange, Sodexo financent le matériel et les coûts du test initial



ACQUISITION ET STOCKAGE DES TABLETTES NUMÉRIQUES

- Les constructeurs et distributeurs de matériels informatiques donnent ou vendent à prix solidaire les tablettes numériques > 30 000 pièces réunies
- Des entreprises de l'ESS et de l'économie circulaire: fournissent du matériel reconditionné > 10 000 pièces ; mettent à disposition des espaces de stockage et des moyens d'acheminement vers les structures bénéficiaires



ACCÈS AU RÉSEAU

- Orange offre 1000 Dominos pour se connecter à internet en 4G > 8 connexions wifi en simultané et des forfaits de 50 GO pendant 2 mois.



PRISE EN MAIN DES ÉQUIPEMENTS PAR LES BÉNÉFICIAIRES

- Gérée par 2 centres d'appels : l'un par Microsoft France ; l'autre par le dispositif « Solidarité Numérique », un centre d'aide lancé par la MedNum



RECUEIL DES BESOINS

- La plateforme digitale « LaVoixDeNosSoignants » recueille les besoins des soignants en matériels et services et les met en réseau avec les donateurs les plus appropriés

Le ministère du Travail participe à la prise en charge des ordinateurs reconditionnés au sein des entreprises sociales inclusives et apporte au dispositif **le label présidentiel « La France Une Chance, Les Entreprises s'engagent »**



UN DISPOSITIF DÉPLOYÉ PAR

#CONNEXION D'URGENCE : UN COLLECTIF POUR LUTTER CONTRE LE DÉCROCHAGE SCOLAIRE



COORDINATEURS
DU PROJET



- Structures d'Aide Sociale à l'Enfance
- Associations locales
- Grands réseaux associatifs (Croix Rouge, Secours Populaire)
- Centres d'hébergement membres de la FAS (Fédération des acteurs de la solidarité)
- Le Collectif Mentorat : l'Afev, Article 1, Chemins d'avenirs, ESA, Institut Télémaque, NQT, Proximité et Socrate)
- Les Ecoles de la Deuxième Chance

Identifient les jeunes à accompagner

Financent et équiper les jeunes en matériel et connexion internet

- Emmaüs Connect
- Le Collectif Mentorat
- Break Poverty Foundation
- Fondation SFR
- Soutiens financiers pour l'achat de matériel et dons en nature de 34 mécènes
- Soutien du ministère du Travail et du ministère de la Santé et de la Solidarité, du Haut-Commissariat à l'Inclusion dans l'Emploi et à l'Engagement des entreprises

- **12 400 ordinateurs et tablettes déjà distribués**
- Une nouvelle vague de distribution de 5 000 ordinateurs prévue
- Collecte de 2 millions d'€ en 1 mois

**OBJECTIFS
DEPASSES !!**



TOUS UNIS CONTRE LE VIRUS

Au sein d'une alliance « tous unis contre le virus », **la Fondation de France, l'AP-HP et l'Institut Pasteur** ont décidé d'unir leur force et de mobiliser tout leur réseau. Face à l'ampleur des besoins, un appel à la solidarité a été lancé pour soutenir les soignants, les chercheurs et aider les personnes les plus vulnérables. Un appel largement entendu, puisque 20 millions d'euros ont déjà été collectés. 3 questions à Frédéric Théret, directeur du marketing et du développement de la Fondation de France.



L'Institut Pasteur et l'AP-HP avaient déjà entamé individuellement une campagne de levée de fonds dès le début de la crise. Pourquoi avoir décidé de sortir de ce schéma pour créer une alliance ?

Face à une crise sans précédent, nous avons souhaité apporter un soutien à la hauteur des enjeux. Nous ne sommes pas sortis de notre schéma, c'est une action complémentaire dans laquelle nous nous sommes engagés pour permettre à d'autres acteurs de la recherche et du soin, partout en France, de bénéficier d'un soutien en urgence via la générosité du public. Nous avons mis la visibilité et la crédibilité de nos marques au bénéfice des autres, afin que ceux qui n'ont pas de moyens pour collecter puissent tout de même être soutenus.



Quels sont les bénéfices de l'action collective ?

D'abord un affichage qui a mis plusieurs causes en évidence simultanément : les chercheurs, les soignants, les personnes vulnérables. Nous avons collectivement gagné en visibilité et mis des moyens en commun. Nous avons aussi chacun apporter l'expertise dans notre secteur pour construire vite et avec pertinence le mode d'utilisation des fonds. Distribuer intelligemment beaucoup d'argent, sur un vaste territoire, en visant un impact maximal, c'est complexe à concevoir et difficile à mettre en œuvre. Notre complémentarité a été la clef.

Selon vous, ce modèle de coopération est-il plus particulièrement adapté pour répondre à des crises urgentes ou bien peut-il être répliqué sur des projets de long cours ?

Cela devra être analysé au cas par cas en fonction de situation. Les circonstances de l'urgence que nous venons de vivre étaient particulièrement adaptées pour construire cette alliance car ces 3 populations avaient besoin d'un soutien massif et urgent. Mais cela va servir également à financer des projets au long cours, notamment dans le domaine de la recherche du fait de la temporalité des projets lancés.



Les chiffres clés de l'alliance

33 fondations abritées se sont jointes à l'alliance

62 partenariats média l'ont relayée
200 artistes, influenceurs et sportifs

ont lancé des initiatives pour la soutenir
500 entreprises partenaires se sont mobilisées

Plus de 120 000 donateurs ont répondu à l'appel

31 millions d'euros ont été collectés



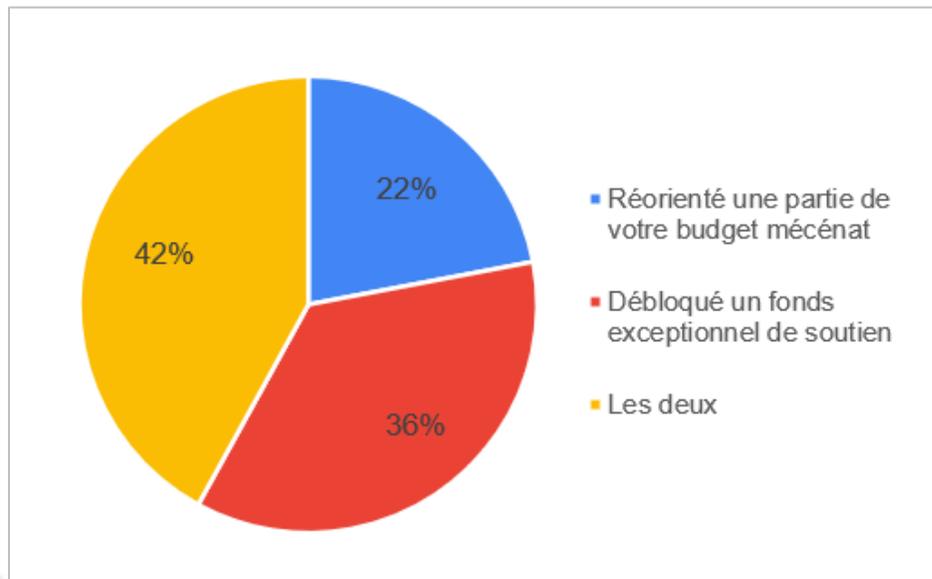
4

QUEL AVENIR
POUR LE MÉCÉNAT

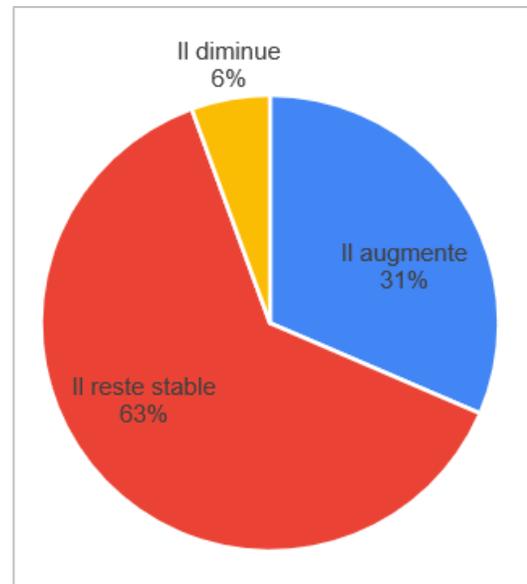
DANS « LE MONDE
D'APRÈS » ?

Evolution des budgets

Afin de répondre aux besoins qui ont émergé pendant cette crise, avez-vous...



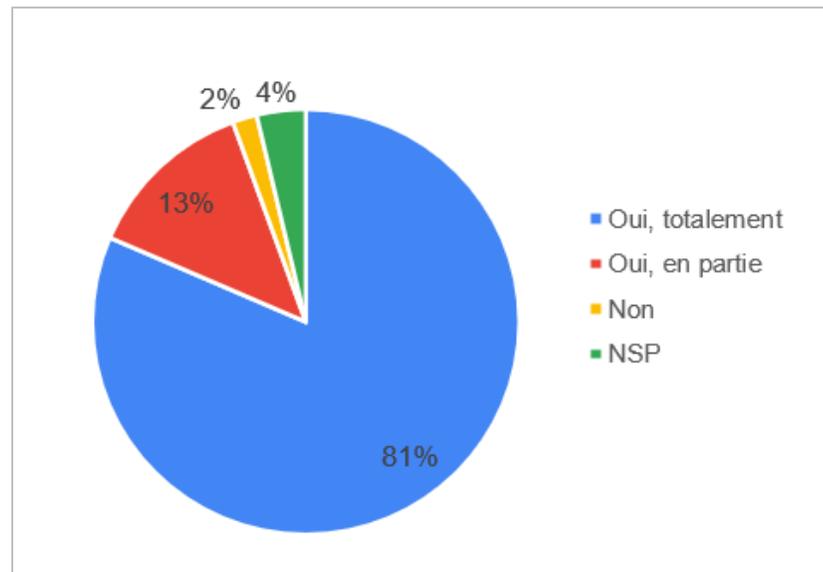
Quel est l'impact de la crise sur votre budget de mécénat ?



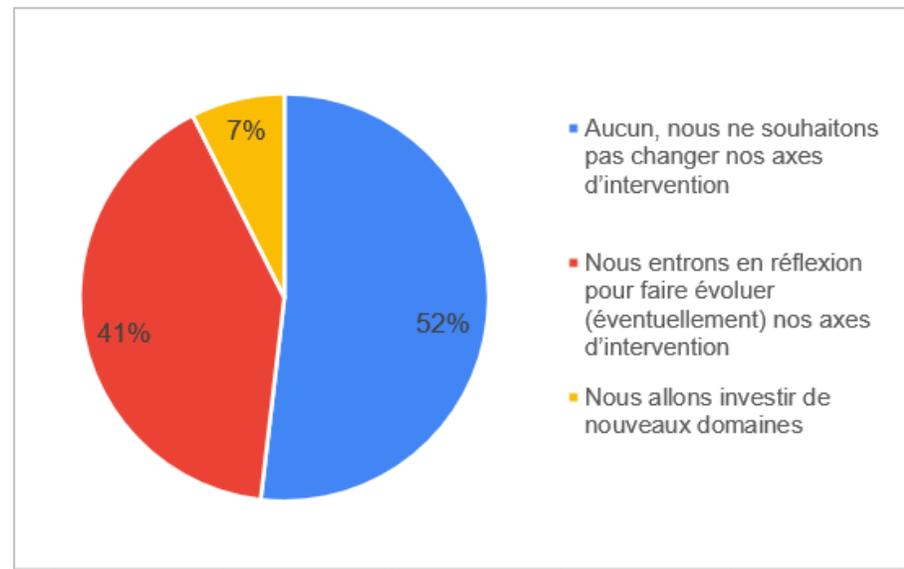
Les entreprises ont fait preuve d'une grande générosité et réactivité pour répondre aux besoins urgents et accompagner leurs partenaires. Malgré les difficultés économiques qui commencent à apparaître, 63 % d'entre elles ont préservé leur budget mécénat annuel, et 31 % l'ont augmenté. Attention toutefois, car si des fonds exceptionnels ont bien été débloqués cette année (par 78 % des mécènes) et une partie des budgets réorientés vers des projets répondant à la crise (par 64% d'entre eux), les budgets ne sont pas tous sanctuarisés : les entreprises pourront ajuster dès l'année prochaine le montant des fonds distribués en régie directe. Quant aux budgets des fondations, ils ne peuvent être changés en cours de mandat. C'est donc lors du renouvellement de ces derniers que les montants pourront être modifiés. Les dates d'échéance des mandats des fondations seront donc déterminantes : pour celles dont la date arrive prochainement, les mécènes risquent de diminuer - ou stabiliser leur budget (par manque de visibilité sur la situation économique) ; pour celles qui bénéficient de plus de temps, il est à espérer que les entreprises pourront s'engager plus fortement.

Evolution du fléchage des dons

Allez-vous maintenir vos engagements de mécénat pris avant la crise ?



Quel est l'impact de la crise sur vos axes d'intervention ?



En pleine urgence, les mécènes n'ont pas abandonné leurs partenaires. Ils se sont adaptés à leurs besoins, parfois en sortant du cadre des conventions, en retardant la mise en œuvre de projets, en renonçant à des contreparties, etc... Ainsi, plus de 8 mécènes sur 10 ont maintenu l'intégralité de leurs engagements pris avant la crise.

Néanmoins, l'ampleur de la crise a profondément questionné les mécènes sur leurs actions. Preuve en est, la part très importante des mécènes (41%) ayant déclaré entrer en réflexion pour faire évoluer leurs axes d'intervention. 7% d'entre eux affirment déjà qu'ils investiront de nouveaux domaines ! Pour répondre à la crise sociale à venir, certains domaines - comme la culture, le sport ou l'environnement, risquent donc d'être délaissés au profit d'autres axes considérés comme plus prioritaires.

La fiscalité différenciée entre les dons dirigés vers les structures relevant de la loi Coluche (autorisant une réduction fiscale de 75%) et les dons vers les autres organismes d'intérêt général (autorisant une réduction fiscale de 60%) risque d'accentuer ce phénomène.

LES BESOINS À VENIR

ETUDE
COVID19

Si les besoins semblaient évidents ces 4 premiers mois, ils évolueront progressivement, tant en matière d'accompagnement et de financement des structures associatives, que des besoins sociétaux à couvrir.

Domaines d'intervention

SOCIAL

A l'échelle locale et nationale, les associations **d'aide sociale aux personnes en situation de précarité** devraient enregistrer une forte augmentation de la demande avec l'arrivée massive de nouvelles populations. La Fédération des Banques Alimentaires s'attend par exemple à un afflux de l'ordre de +20%.

L'insertion des jeunes, domaine déjà largement investi par les mécènes, sera encore plus prioritaire afin de ne pas avoir, comme le présentent déjà certains médias et politiques, une « génération sacrifiée ».

Plusieurs populations ont été particulièrement frappées par la crise : les soignants, les malades, les familles endeuillées, mais aussi les nombreux entrepreneurs rencontrant de fortes difficultés économiques et qui risquent la faillite. **Des programmes d'accompagnement psychologique** devraient être envisagés.

Le soutien à l'entrepreneuriat, pour accompagner l'émergence d'entreprises innovantes dans un contexte économique difficile.

SOLIDARITE INTERNATIONALE

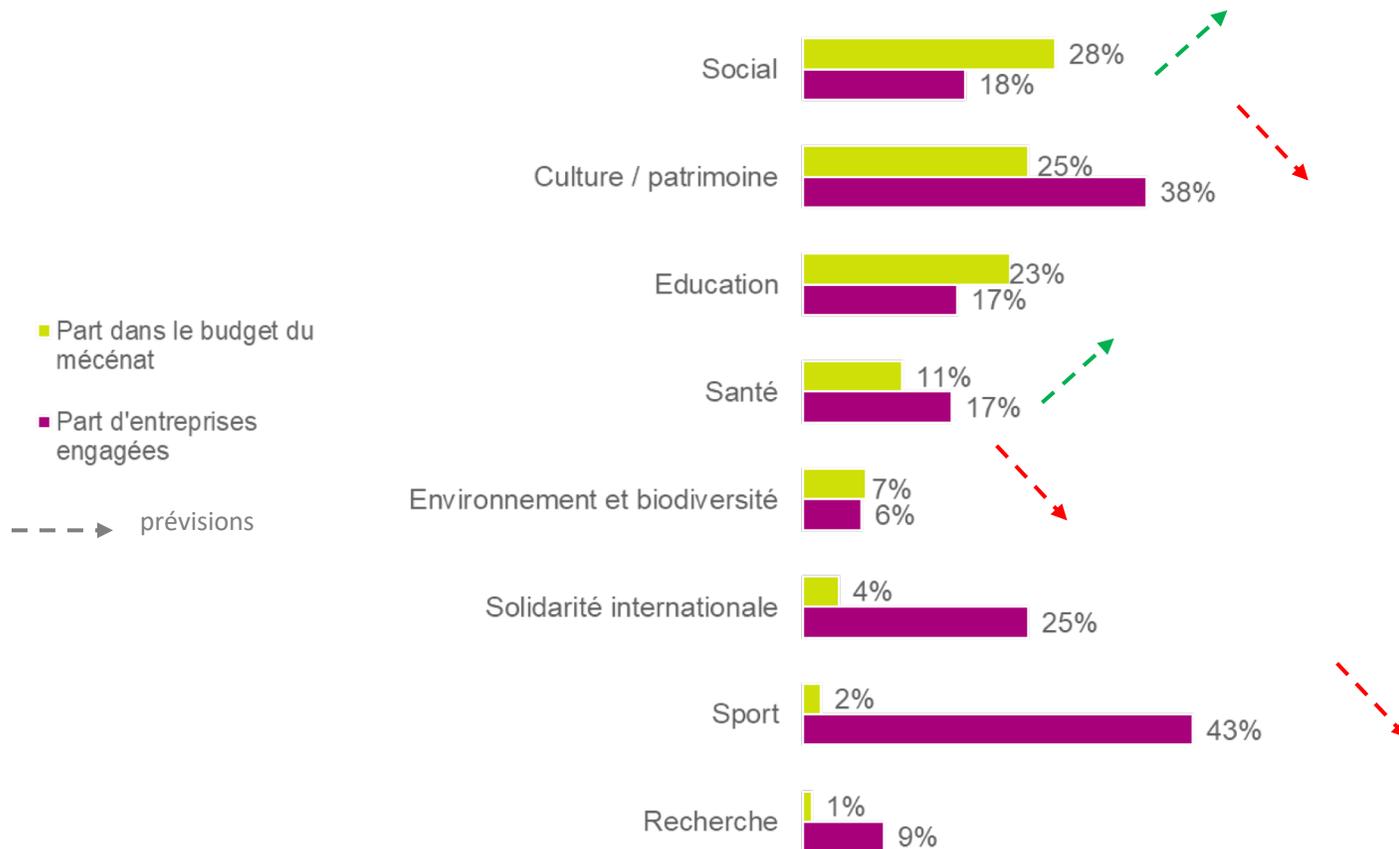
Au niveau international, les projections sur la sécurité alimentaire sont alarmantes. Action Contre la Faim réalise ainsi le diagnostic suivant : « Le Covid-19, additionné aux nombreux cas de malnutrition aigüe, au manque d'accès à l'eau et aux services d'hygiène de base, ainsi que les systèmes de santé fragiles vont devenir une combinaison mortelle pour de nombreux pays en développement. » Le Programme Alimentaire Mondial (PAM) a alerté que nombre de personnes confrontées à une crise alimentaire pourrait presque doubler en 2021 si aucune mesure n'est prise pour limiter les conséquences du Covid-19.

Le rapport global sur les crises alimentaires publié par la FAO alerte sur les effets collatéraux mondiaux du COVID-19 qui pourraient entraîner une augmentation des prix des denrées alimentaires en raison de la pénurie de main-d'œuvre agricoles et des restrictions nécessaires aux déplacements.

Par ailleurs, ce phénomène sera encore accentué par le changement climatique qui affecte de plus en plus durement et sur de plus en plus de territoires les populations.

QUELLES ÉVOLUTIONS DES DOMAINES D'INTERVENTION ?

Rappel des chiffres du dernier baromètre Admical et prévisions



Les domaines du social et de la santé, très fortement liés à la crise sanitaire, vont certainement bénéficier de plus de fonds et recevront le soutien de plus de mécènes.

On peut craindre une forte baisse du mécénat sportif, car celui-ci est majoritairement porté par les TPE et PME, qui seront les premières victimes de la crise économique à venir. (39% des TPE mécènes soutenaient le sport, 57% pour les PME).

La Culture, 2^{ème} domaine investi par les mécènes (38%) et représentant 1/4 du budget global du mécénat, risque également de souffrir d'un refléchage. En effet, elle pourrait apparaître comme moins prioritaire (notamment les domaines de la création contemporaine et de la préservation du patrimoine).

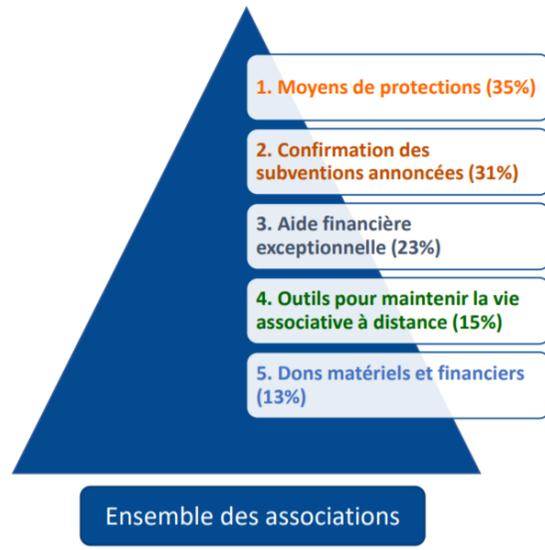
Enfin, l'incertitude plane sur le mécénat environnemental, car si la crise est belle et bien réelle, d'une ampleur similaire, voire plus grande encore que celle du coronavirus, elle est pour autant silencieuse et mobilise difficilement les entreprises. De nombreux mécènes étaient en réflexion pour faire évoluer leur politique de mécénat vers davantage d'interventions environnementales avant la pandémie. L'avenir dira si celles-ci ont seront remises en cause par la crise à venir.

LES BESOINS À VENIR

Si les besoins semblaient évidents ces 4 premiers mois, ils évolueront progressivement, tant en matière d'accompagnement et de financement des structures associatives, que des besoins sociétaux à couvrir.

Accompagnement des structures bénéficiaires

L'enquête réalisée par le Mouvement Associatif sur la situation des associations après le confinement révèle les nombreuses difficultés financières rencontrées par celles-ci. En effet, 1 association sur 5 a des inquiétudes et rencontre des difficultés dans le maintien de ses partenariats, 24 % d'entre elles ont moins de 3 mois de trésorerie devant elles, 2% estiment qu'un dépôt de bilan n'est pas à écarter (soit 30 000 associations) et 39% estiment qu'elles devraient poursuivre le chômage partiel dans les 6 mois à venir.



Source : Le Mouvement Associatif

Covid-19 – 2 axes et 6 volets



Source : Le Rameau

Ainsi, avant de se lancer dans des plans de réhabilitation ou de développement, les mécènes devront poursuivre leur aide d'urgence afin d'assurer la survie des structures les plus fragiles.

Pour guider l'action de l'ensemble des acteurs de l'intérêt général, le Médiateur des Entreprises et le Rameau ont travaillé sur un cadre de référence de sortie de crise, mettant en lumière des axes prioritaires d'action, à très court terme puis à moyen et long terme.

SORTIR DE L'APPROCHE « PROJET » DANS SA POLITIQUE DE MÉCÉNAT

De nombreux mécènes ont multiplié les dons envers les organisations associatives en première ligne pour lutter contre la pandémie. Des dons rapides, spontanés, qui ont permis de financer des actions d'urgence indispensables, notamment dans les hôpitaux, auprès des populations vulnérables et les jeunes. Mais pour de nombreux autres bénéficiaires du mécénat, les besoins ont évolué : avec des projets annulés ou reportés et le vacillement des modèles économiques, trouver des fonds pour soutenir leur trésorerie et disposer des compétences pour maîtriser la gestion juridique et financière de la crise (et a fortiori assurer l'existence de la structure à l'avenir) est devenu essentiel.

Pour répondre à ces besoins, les mécènes peuvent s'engager dans du mécénat de fonctionnement et/ou de compétences.

- **Le mécénat de fonctionnement** : ici, les mécènes ne flèchent pas leurs dons sur des projets spécifiques. Libre à la structure bénéficiaire d'utiliser les fonds de la manière qui lui sera la plus utile, soit sur des projets ou pour financer ses frais de fonctionnement.
- **Le mécénat de compétences** : la mobilisation des collaborateurs sur des postes clés des organisations bénéficiaires permet de les accompagner dans leur structuration et leur professionnalisation. Parmi les grands chantiers de réflexion sur lesquels les volontaires peuvent participer, les réflexions sur le modèle économique et l'impact des actions menées.

Encore peu répandue, cette pratique de *Venture Philanthropy*, c'est-à-dire d'accompagnement structurel pour une montée en compétences de l'organisation et une maximisation de son impact est pourtant un véritable levier de performance.

➤ Focus sur le mécénat de compétences de la Fondation EY

La Fondation EY a fait le choix de construire son action uniquement autour du mécénat de compétences. Elle accompagne ainsi des petites structures pendant 2 ou 3 ans, et plus particulièrement celles en situation de blocage (manque de compétences en gestion, absence de réseau, difficulté à changer d'échelle, nouveau départ professionnel). Afin de les aider au mieux, un travail profond d'analyse des besoins est généralement effectué, car « il y a souvent une différence entre les besoins exprimés et les besoins réels ». Les porteurs de projet demandent en effet régulièrement un accompagnement pour la levée de fond et la stratégie de communication. Or il existe une réflexion préliminaire indispensable sur leur stratégie globale.

Lors de nos entretiens, nous avons relevé plusieurs points de blocage à lever afin de développer davantage ces pratiques :

- La nécessité de **rassurer les porteurs de projets** sur la capacité des mécènes à suivre ces modes d'accompagnement. « *Les associations pensent qu'on va leur dire non si elles demandent du financement pour les frais de fonctionnement et maquillent leur projet.* »
- La **crainte des financeurs de créer une dépendance économique**. C'est ici que l'accompagnement dans le développement d'une stratégie globale cohérente et d'un modèle économique viable prend tout son sens. Une solution alternative intermédiaire peut aussi être de proposer des financements par cycle.
- **Une plus grande difficulté à communiquer sur des soutiens structurels**. En axant la communication davantage sur les ambitions globales des bénéficiaires et quelques unes de leurs réalisations, il est tout à fait possible de présenter l'impact de l'engagement d'un mécène.

LA VENTURE PHILANTHROPY, L'AVENIR DU MÉCÉNAT ?

ZOOM

La *Venture Philanthropy*, c'est rassembler les compétences et les assets de son entreprise les utiliser intelligemment au travers de différents outils d'investissements sociaux et soutenir dans son projet un entrepreneur de l'ESS ou une structure à fort impact social, tout en ayant des ambitions business. Ou pour faire court : du capital-risque philanthropique.

Selon l'EVPA, expert européen du sujet, les structures qui pratiquent la VP rassemblent 6 caractéristiques :

- **Un fort engagement** dans le projet du bénéficiaire
- **Un financement sur mesure**
- **Un soutien non financier** : en compétences, en nature, en technologie, en licences. Cela peut concerner une aide à la stratégie, à l'élaboration de plans marketing ou de communication, l'accès à un réseau...etc.
- **Un soutien apporté à la structure dans son ensemble.**
- **Une mesure de la performance.** L'entreprise fondera son investissement sur la performance du/des projet(s) et accordera de l'importance aux critères suivants : bonne gestion, résultats mesurables, responsabilité et transparence financière...etc.
- **Un engagement pluriannuel** - souvent entre 3 et 5 ans.

La VP agit sur un segment beaucoup plus large que la philanthropie ou le mécénat. En effet, elle englobe également parmi ses bénéficiaires des entrepreneurs sociaux et donc des sociétés et des organismes à but lucratif.

Cette pratique est très engageante, nécessite des ressources financières et non financières conséquentes, et n'est pas adaptée à tous les profils des mécènes. Néanmoins, un cheminement progressif peut les amener à soutenir de façon de plus en plus structurelle les porteurs de projets.

Pour que cette envie se concrétise, 3 impératifs : **se laisser la porte ouverte pour développer ce type de projets** (« Faut-il formaliser une véritable politique de soutien structurel, ou simplement rester ouvert à la possibilité de soutenir des frais de fonctionnement ? »)

, nouer une véritable relation de confiance avec les bénéficiaires et coconstruire les indicateurs de mesure d'impact.



Entreprendre & + : une alliance de dirigeants pour soutenir les structure de l'ESS en phase d'amorçage

La Fondation AlphaOmega sélectionne les organisations ayant le potentiel d'avoir un impact systémique dans l'éducation et l'emploi des jeunes d'origine modeste en France (avec un budget minimum de fonctionnement de 1 M € annuel, au moins 3 ans d'existence, un nombre de jeunes accompagnés supérieur à 10 000 et un fort potentiel de développement). Après un travail de diagnostic s'étalant de 6 mois à 1 an, la fondation propose un accompagnement de 5 à 7 ans sur 9 dimensions : la gouvernance, la stratégie, les RH, la finance / comptabilité, le fundraising, la communication, la digitalisation, le juridique et l'évaluation d'impact.

La Fondation AlphaOmega : financer le changement d'échelle et l'impact social

Au contraire de la Fondation AlphaOmega, l'alliance **Entreprendre & +** a choisi de soutenir des organisations en début de vie, mais toujours de manière structurelle. Elle apporte un soutien financier de 3 ans, tout en travaillant pendant cette période à « l'après ». Ainsi, en plus du soutien financier, les porteurs de projets peuvent, grâce à un lien fort avec un mentor de l'alliance, développer leurs compétences et élargir leur réseau.

« La relation de confiance nouée au fil du temps rend possible beaucoup de choses qui sont hors des critères habituels »

”

« En coconstruisant les projets et les objectifs avec les associations, nous pouvons élaborer ensemble les indications d'évaluation d'impact. »

DES PISTES D'ACTION POUR UN PLAN DE RELANCE EN CONSTRUCTION

- Eviter que des causes majeures soient oubliées
- Se lancer véritablement dans des démarches collectives à impact (trans-sectorielle, associant public et privé, et mobilisant des moyens complémentaires sur une échelle nationale et locale pour résoudre des problèmes significatifs)
- Embarquer davantage les individus via toutes les formes de solidarité : bénévolat, mécénat de compétences, micro don...
- Renforcer les connexions entre les structures de l'Economie Sociale et Solidaire et les « entreprises en transition »

Plus particulièrement pour les GE

- Renforcer la politique de RSE et intégrer davantage les critères ESG dans les programmes de relance (voire même dans le statut de l'entreprise en l'inscrivant dans son objet social ?)
- Maintenir les budgets mécénat dans les années à venir, voire les augmenter

Plus particulièrement pour les petites et moyennes entreprises

- Capitaliser sur les expériences nouvelles de mécénat en nature ou compétences, et collectives pour plus d'impact

- **Capitaliser sur l'élan spontané de mobilisation générale des entreprises**
- Encourager la « continuité de l'engagement » auprès des nouveaux mécènes
- Accompagner au mieux les entreprises dans les choix délicats d'orientations stratégiques (domaine et modalités d'intervention)
- **Démocratiser des pratiques innovantes**
 - la *venture philanthropy* auprès des mécènes matures, autrement dit les encourager à soutenir davantage les organisations que les projets
 - Le *collective impact* pour répondre aux besoins de manière systémique en favorisant l'approche collective et ainsi maximiser l'impact.
- **Poursuivre le travail d'information et de pédagogie**, plus particulièrement suite à la dernière réforme du mécénat (rabaillage mécénat GE, franchise 20K€ pour les petites entreprises, obligation déclarative)
- De façon générale, sécuriser un cadre législatif stable et incitatif pour soutenir le développement du mécénat

CONTACT PRESSE



Marion BAUDIN

Responsable promotion du mécénat et développement régional

mbaudin@admical.org

01 42 55 96 19

07 57 43 41 27