

# Le mécénat d'entreprise en Pays de la Loire

*1<sup>ère</sup> étude régionale*

**Avril 2016**

En partenariat avec :  CCI MAINE-ET-LOIRE

 **ADMICAL**  
ENTREPRENEURS DE MÉCÉNAT



# De la perception à la réalité du terrain : le mécénat a de l'avenir, en Pays de la Loire !

Hervé FILLON, président du Pôle Mécénat Pays de la Loire



*Depuis la création du Pôle en 2014 et au fil de nos rencontres, nous imaginions les Pays de la Loire, notre territoire, comme une région particulièrement fertile à l'éclosion de projets d'intérêt général. Pas seulement à Angers et à Nantes mais aussi en Vendée, en Sarthe et en Mayenne, départements dans lesquels notre association doit continuer de se déployer pour répondre aux attentes nombreuses des chefs d'entreprises et des porteurs de projets qui nous sollicitent régulièrement. Cependant, nous nous devons de confronter notre perception à la réalité du terrain. L'étude que nous dévoilons aujourd'hui renforce largement notre conviction!*

*A n'en pas douter, elle constituera un outil précieux dans les démarches de sensibilisation que nous menons auprès des chefs d'entreprises. Elle renforcera aussi l'efficacité des porteurs de projets à la recherche de mécènes, en leur permettant de mieux cerner les attentes du monde de l'entreprise.*

## Le Pôle Mécénat Pays de la Loire

Association régionale lancée en janvier 2014, le Pôle Mécénat Pays de la Loire est composé de la CCI des Pays de la Loire, la CCI Nantes-St-Nazaire, la CCI de Maine-et-Loire, l'Ordre régional des experts comptables, la Chambre départementale des notaires de Loire Atlantique, le Barreau de Nantes, le Barreau d'Angers, la Fondation de France, la Fondation du Patrimoine et la Fondation Mécène et Loire. Elle est soutenue dans son action par la DRAC Pays de la Loire et l'association Admical.

Le Pôle se donne pour objectif de « **promouvoir le mécénat et de favoriser les échanges entre acteurs associatifs, publics et économiques en région Pays de la Loire.** »

## Les grandes étapes :

- 7 janvier 2014** : lancement de l'association Pôle régional du Mécénat au Théâtre de Saint-Nazaire
- 21 mai 2015** : première édition des Rencontres régionales du Mécénat, à Angers
- Avril 2016** : lancement de la 1<sup>ère</sup> étude sur le mécénat en Pays de la Loire
- 28 février 2017** : deuxième étape du Tour de France des mécènes d'Admical à la CCI Vendée (La Roche sur Yon)
- 20 juin 2017** : seconde édition des Rencontres régionales du mécénat, à Angers



avec le soutien de



[www.paysdelaloire-mecenat.fr](http://www.paysdelaloire-mecenat.fr)



## INTRODUCTION

Méthodologie de l'étude	4
-------------------------	---

## RESULTATS DE L'ETUDE

### Profil des entreprises mécènes

▪ Le taux de mécénat en Pays de la Loire	7
▪ Le sponsoring	8
▪ Le développement durable et la RSE	9
▪ Profil des entreprises mécènes	10
▪ Le taux de mécénat selon la taille de l'entreprise	11
▪ Le taux de mécénat selon le secteur d'activité	12
▪ Le taux de mécénat selon les 5 départements	13

### Les pratiques du mécénat d'entreprise

▪ Les structures dédiées	15
▪ Domaines ciblés	16
▪ Répartition du budget	17
▪ Nature des structures soutenues	19
▪ Les modes d'intervention	20
▪ Les avantages fiscaux	21
▪ Les zones d'intervention	22
▪ Le mécénat collectif	23
▪ Le crowdfunding	24

### Moteurs et freins de l'engagement

▪ Les moteurs du mécénat d'entreprise	26
▪ Les freins à l'engagement	27
▪ Les perspectives de développement	28

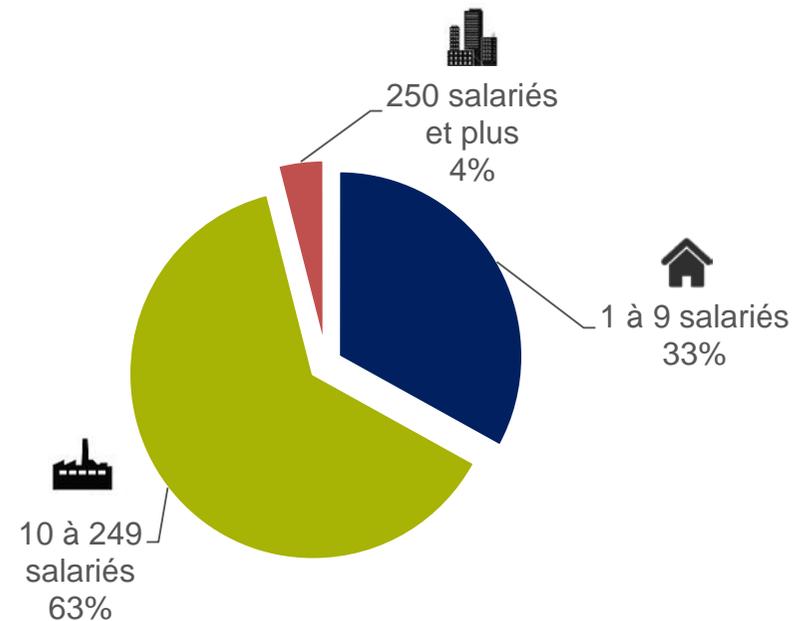
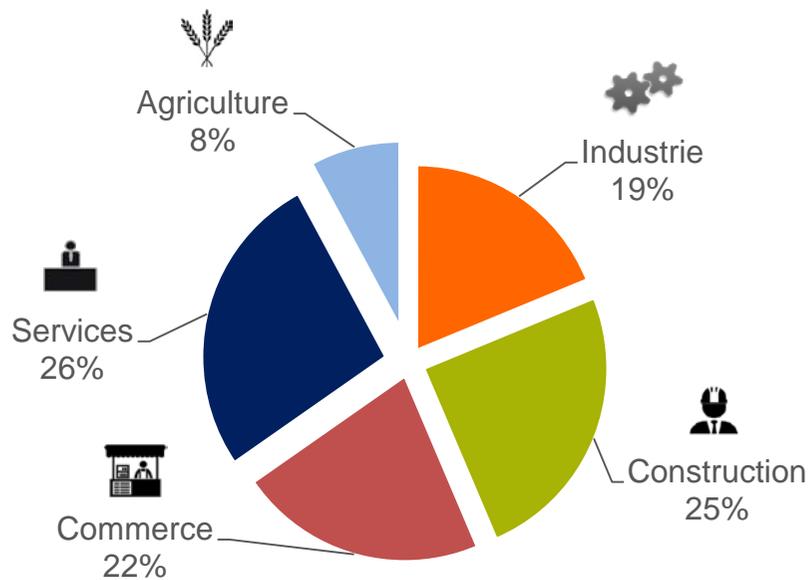
### Points clefs de l'étude

▪ Les entreprises mécènes	30
▪ Les pratiques du mécénat d'entreprise	31
▪ Moteurs et freins à l'engagement	32

# Méthodologie de l'étude

# Auprès d'un échantillon d'entreprises représentatives du tissu économique des Pays de la Loire

L'échantillon interrogé est composé de **425 entreprises représentatives du tissu économique des Pays de la Loire**, contactées à l'occasion d'une enquête phoning qui s'est déroulée **du 18 au 22 avril 2016**. Le focus sur les entreprises mécènes **concerne 91 entreprises**.

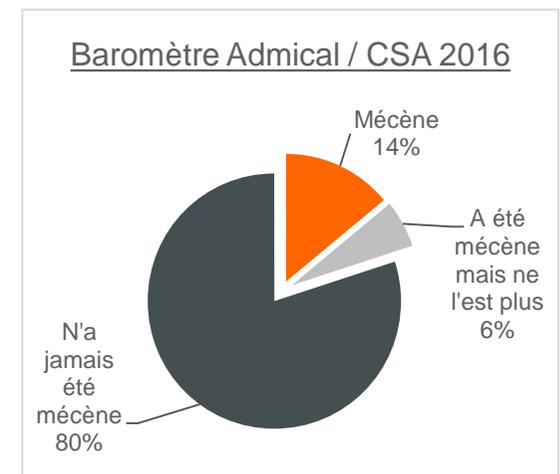
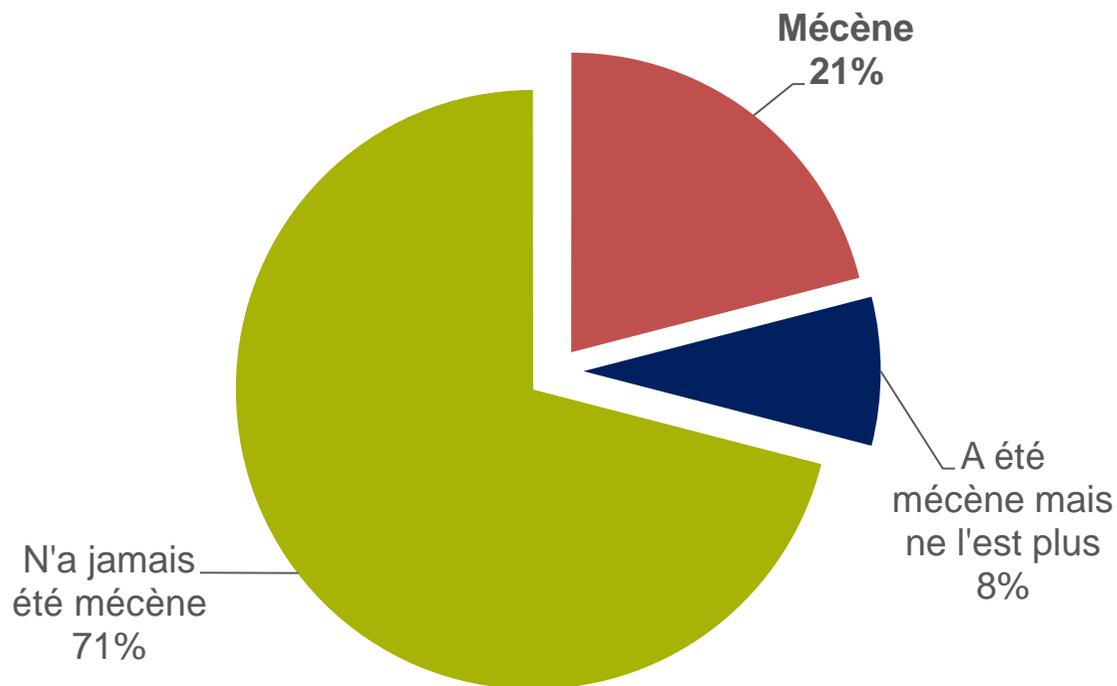


# Profil des entreprises mécènes

# Plus d'une entreprise sur cinq de la région est engagée dans une démarche de mécénat

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

Base ensemble (n= 425)

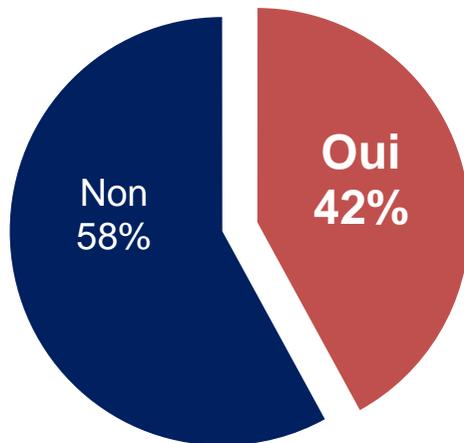


# Plus de 4 entreprises sur 10 mènent des actions de sponsoring



Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de sponsoring?

Base ensemble (n=419)



« Le mécénat est un don sans contrepartie ou avec contrepartie limitée ce qui le distingue du parrainage (aussi appelé sponsoring) qui est une opération commerciale dont l'entreprise attend un bénéfice commercial direct, et proportionné au soutien qu'elle apporte au projet. »

Source : Admical

## 25%

La part des entreprises menant des actions de sponsoring, en France, en 2016

Source : Baromètre Admical / CSA 2016

42% des entreprises interrogées sont engagées dans une démarche de sponsoring. Ce taux s'élève à 45% pour les structures de 10 à 19 salariés.

En Pays de la Loire, ce mode de partenariat est davantage développé que le mécénat (pratiqué par deux fois plus d'entreprises). Le sponsoring est mieux connu des entreprises et s'inscrit naturellement dans leurs relations commerciales.

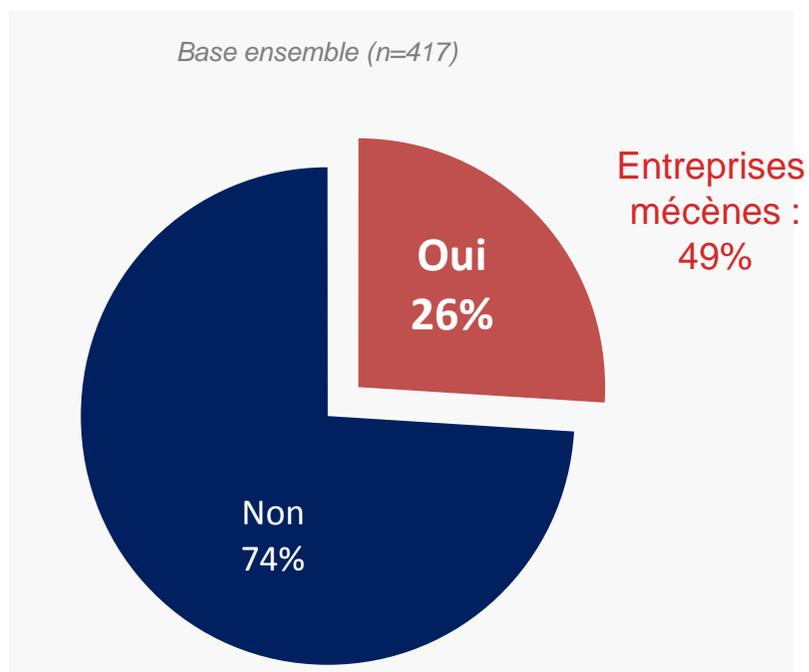
Le sponsoring est un mode de partenariat proportionnellement plus utilisé par les entreprises mécènes : 73% d'entre elles sont dans ce cas de figure.

Les entreprises qui souhaitent s'engager n'hésitent pas à utiliser les différents dispositifs existants pour nouer des partenariats avec d'autres acteurs de la société civile.

# Le développement durable, la RSE : un ¼ des entreprises engagées

Votre entreprise a-t-elle formalisé une politique de développement durable, RSE ou engagement sociétal ?

**Au global, 26% des entreprises ont formalisé une politique de développement durable, RSE ou engagement sociétal**



**16%**

La part des entreprises ayant formalisé une politique de développement durable, RSE ou engagement sociétal en France en 2016

Source : Baromètre Admical / CSA 2016

Plus de 25% des entreprises des Pays de la Loire ont formalisé une politique de développement durable, RSE ou engagement sociétal. Cette part est de 32% en Loire-Atlantique.

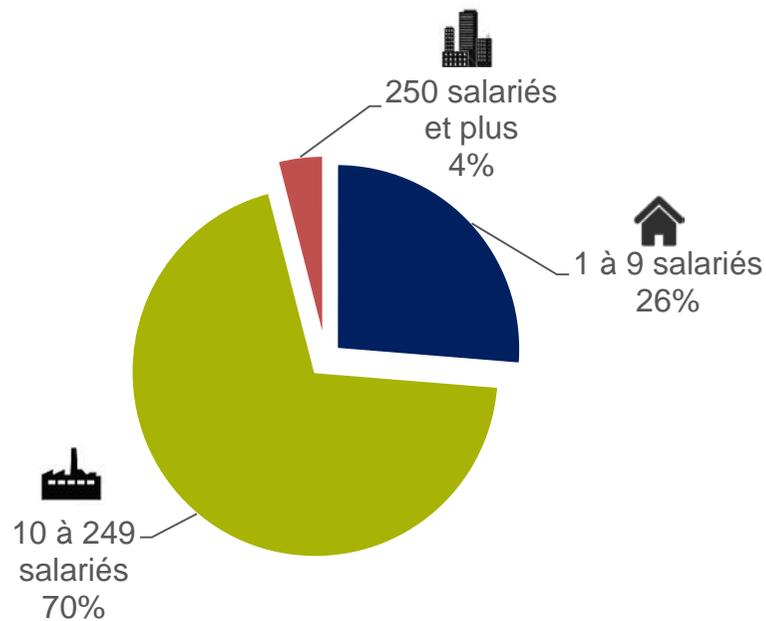
La formalisation de la démarche RSE est plus faible pour les TPE : seules 12% des entreprises de moins de 10 salariés y ont travaillé.

La formalisation rentre davantage dans les pratiques des entreprises mécènes qui sont 49% à s'y être engagées.

# Profil des entreprises mécènes de la région Pays de la Loire

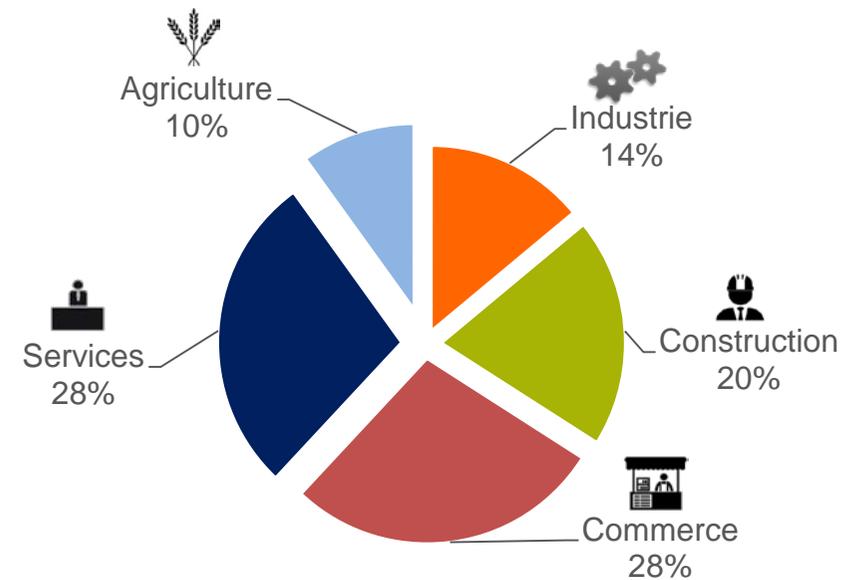
## Par nombre de salariés

Base mécènes (n=91)



## Par secteur d'activité

Base mécènes (n=91)



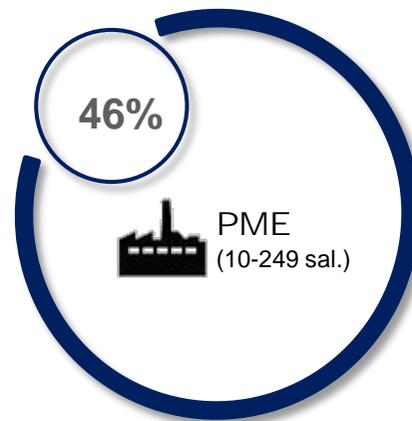
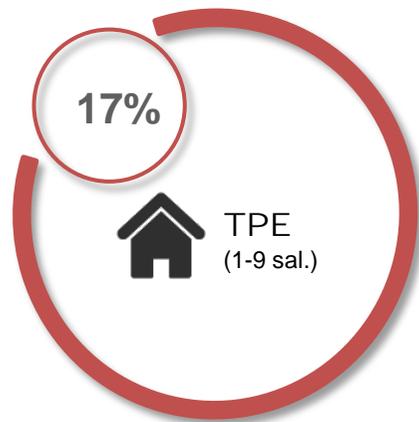
# Pays de la Loire : le mécénat conquiert davantage les PME

## Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

Taux de mécénat par tranche de nombre de salariés

Base ensemble (n=425)

46% des PME sont engagées dans une démarche de mécénat.



### Spécificité des Pays de la Loire :

près de la moitié des PME ligériennes sont engagées dans une démarche de mécénat alors qu'au niveau national, seulement ¼ le sont (23%). En revanche, alors que la moitié des ETI/GE de France se mobilisent pour le mécénat, en Pays de la Loire, elles ne sont que 25% à s'y investir.

Repères nationaux : source Baromètre Admical / CSA 2016

12%

23%

47%

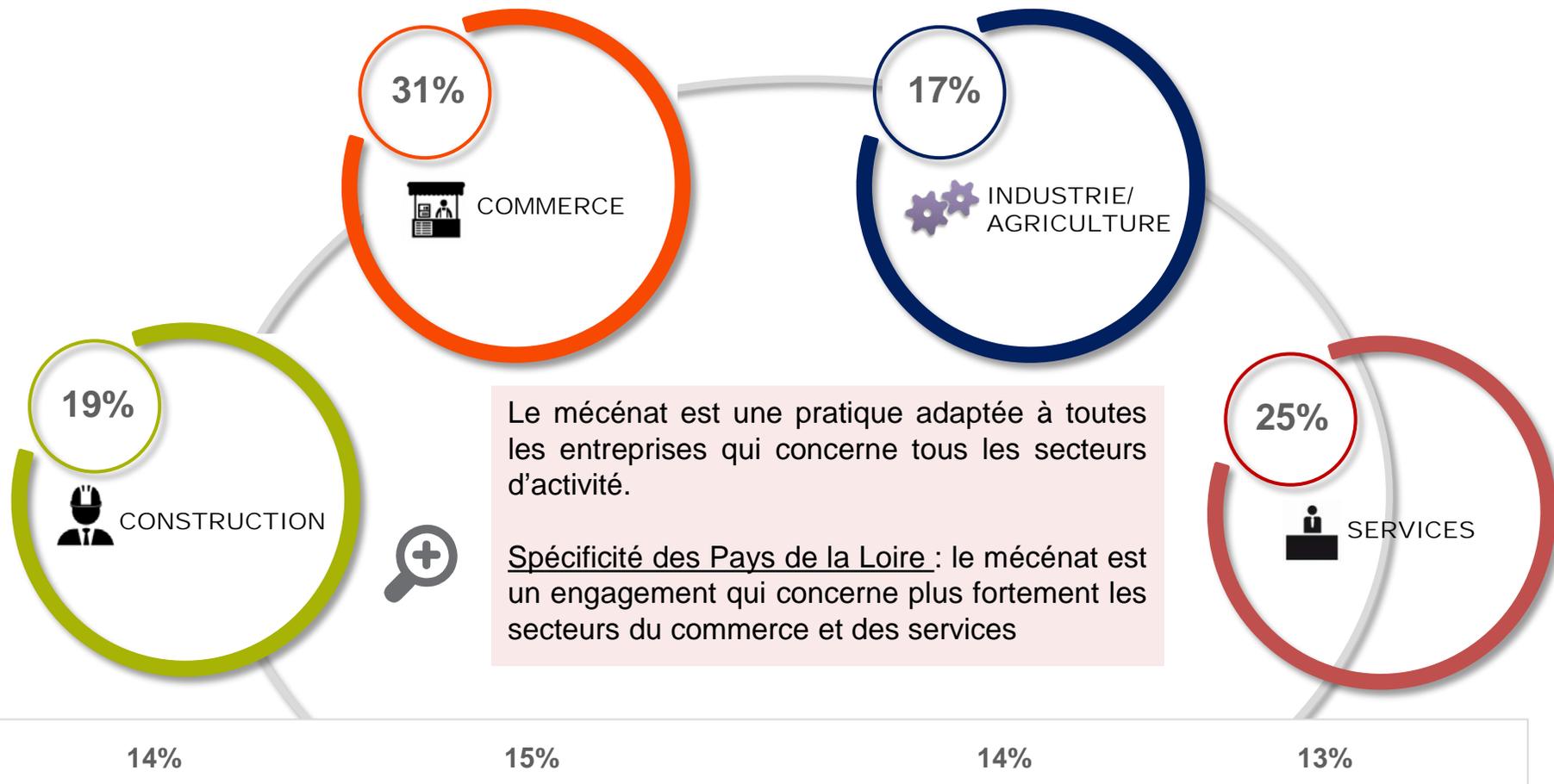
# Un taux de mécénat qui varie selon les secteurs

Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

Taux de mécénat par secteur d'activité

Base ensemble (n=425)

31% des entreprises liées au secteur du commerce sont engagées dans une démarche de mécénat.



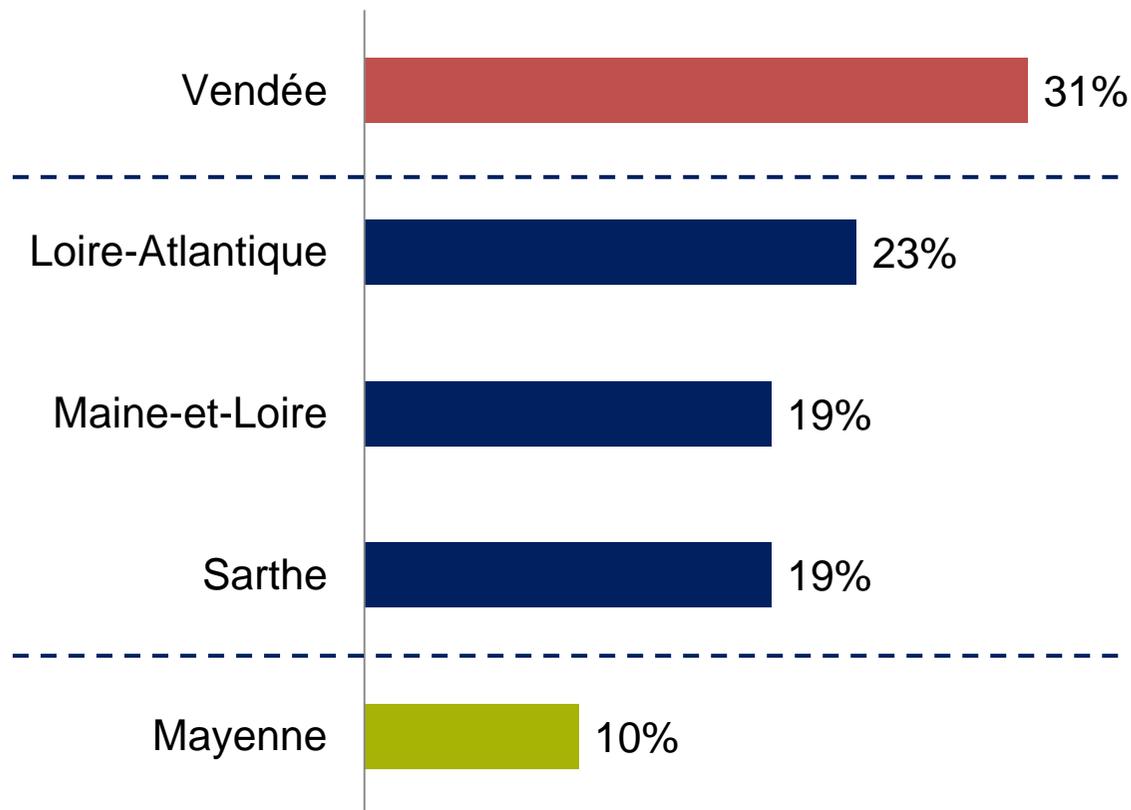
Repères nationaux : source Baromètre Admical / CSA 2016

# Taux de mécénat : la Vendée en pôle position

## Votre entreprise mène-t-elle une ou des actions de mécénat ?

Taux de mécénat par département

Base ensemble (n=425)



Les disparités entre les départements sont fortes. La part des entreprises engagées dans une démarche de mécénat est la plus élevée en Vendée (31% d'entreprises mécènes, soit un taux deux fois plus élevé que le taux national et une fois et demi plus élevé que le taux régional).

C'est en Mayenne, département le moins peuplé de la région, que le taux de mécénat est le plus faible (10%). De fait, le tissu associatif pourrait y être moins dense et les entreprises moins sollicitées.

## Classement des départements par nombre d'entreprises

Source : INSEE - 2015

1 - Loire-Atlantique	77 064
2 - Maine-et-Loire	38 170
3 - Vendée	34 719
4 - Sarthe	23 361
5 - Mayenne	13 448

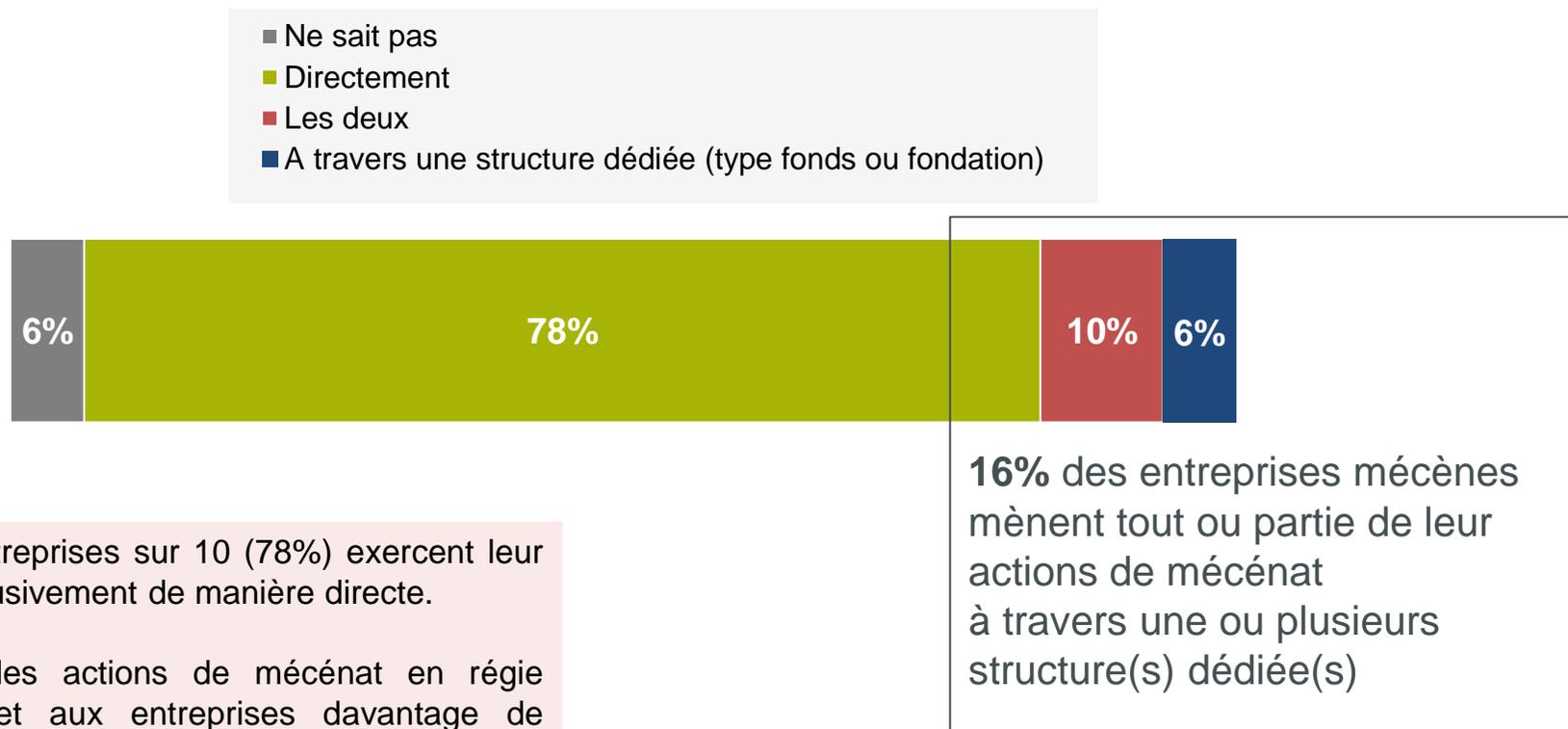
# Les pratiques du mécénat d'entreprise

# Un mécénat qui s'exerce principalement en régie directe

Votre entreprise exerce-t-elle son mécénat directement ou à travers une structure dédiée ... ?

Une seule réponse possible

Base entreprises mécènes (n=88)

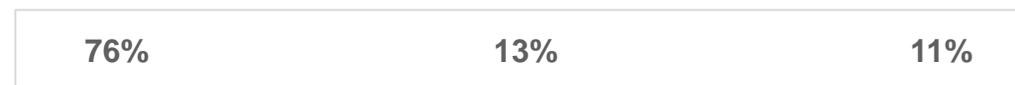


Près de 8 entreprises sur 10 (78%) exercent leur mécénat exclusivement de manière directe.

La gestion des actions de mécénat en régie directe permet aux entreprises davantage de flexibilité dans le choix des projets et du budget alloué, ce qui correspond mieux aux enjeux des PME.

Ce sont majoritairement les grandes entreprises qui ont recours à une structure dédiée pour gérer leurs actions de mécénat.

Repères nationaux : source Baromètre Admical / CSA 2016

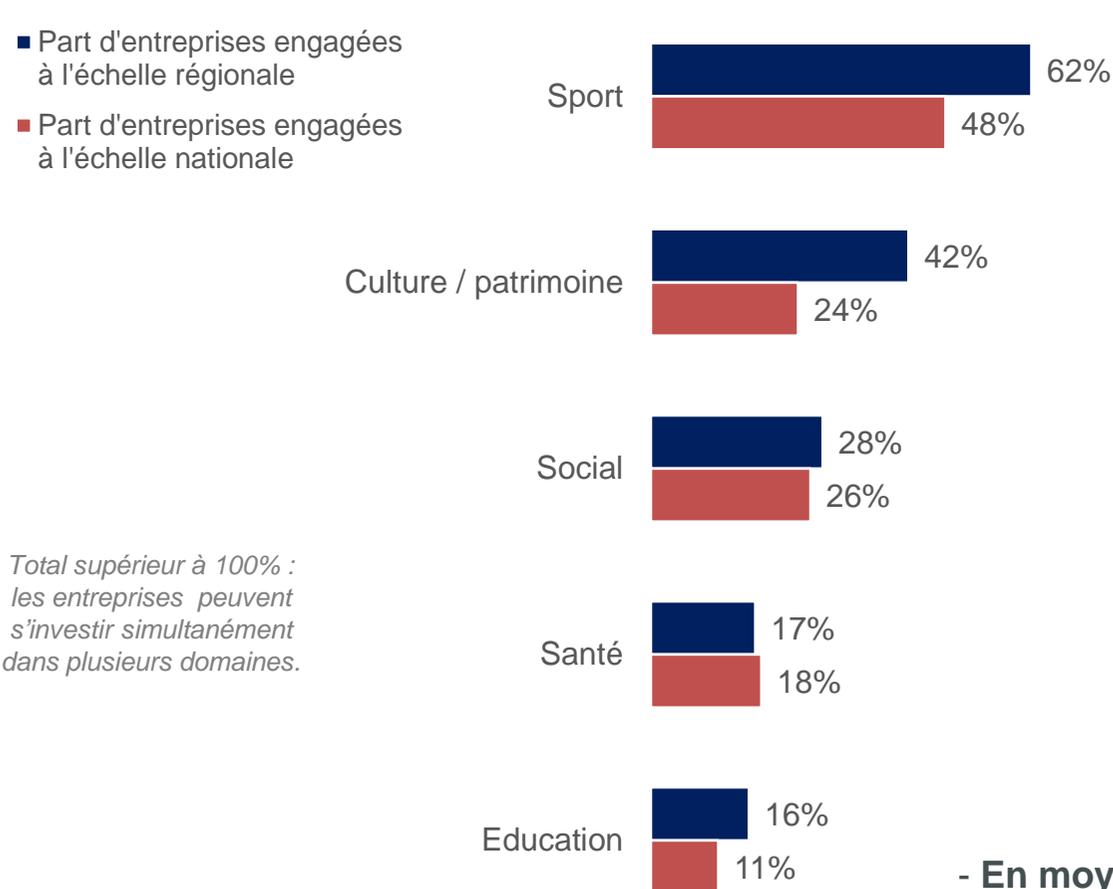


# Le sport, premier domaine ciblé par les entreprises mécènes des Pays de la Loire

## Comparaison régionale/nationale

Dans quels domaines votre entreprise a-t-elle fait du mécénat en 2015 ? Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n= 86)



Les 3 domaines les plus choisis sont : le sport, la culture et le social.

Le sport est le premier secteur ciblé par les entreprises mécènes des Pays de la Loire qui s'y engagent davantage qu'à l'échelle nationale (une priorité pour 6 structures sur 10).

Grâce au sport, les entreprises accompagnent des initiatives locales et dynamiques, en s'adressant à un public jeune.

Les 5 premiers secteurs ciblés par les entreprises des Pays de la Loire correspondent aux centres d'intérêt des entreprises à l'échelle nationale.

Total supérieur à 100% : les entreprises peuvent s'investir simultanément dans plusieurs domaines.

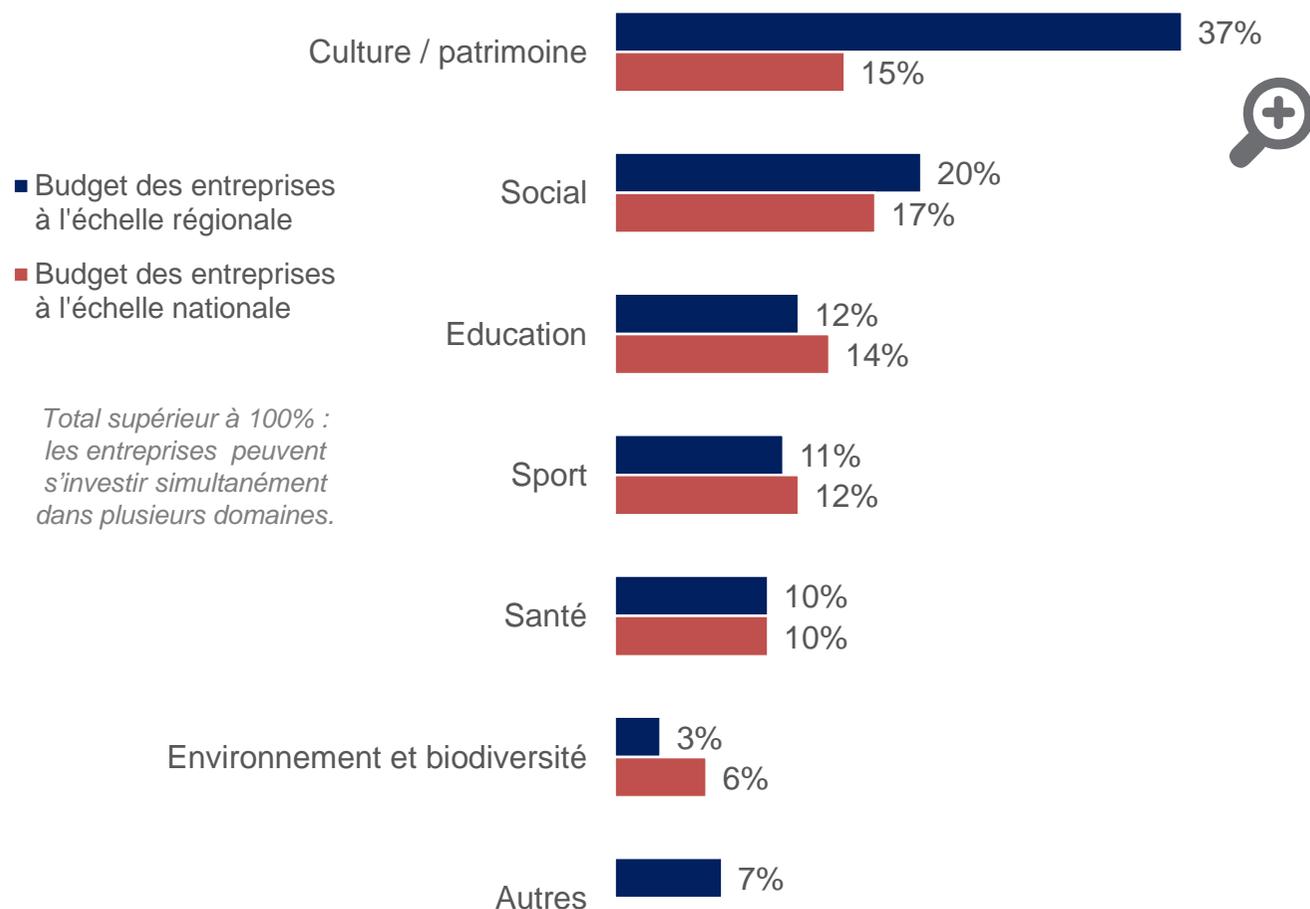
- En moyenne : 1,8 domaines investis
- 51% des entreprises mécènes ne ciblent qu'un seul domaine

# La culture/patrimoine, domaine le mieux doté par les entreprises mécènes des Pays de la Loire

## Comparaison régionale/nationale

Dans votre budget mécénat, quel est le pourcentage consacré à chacun de ces domaines ?

Base entreprises mécènes (n= 52)



En Pays de la Loire, les 3 domaines les plus soutenus financièrement sont : la culture, le social et l'éducation.

A l'échelle nationale : le social, la culture et l'éducation.

La culture/patrimoine semble être une priorité pour les entreprises des Pays de la Loire (37% du budget des entreprises mécènes est consacré à ce domaine). Ceci peut notamment s'expliquer par le fait que la région dispose d'un héritage patrimonial particulièrement important et d'une création artistique et culturelle dynamique.

# Pays de la Loire: le sport, premier domaine ciblé, la culture/ patrimoine, domaine le mieux doté

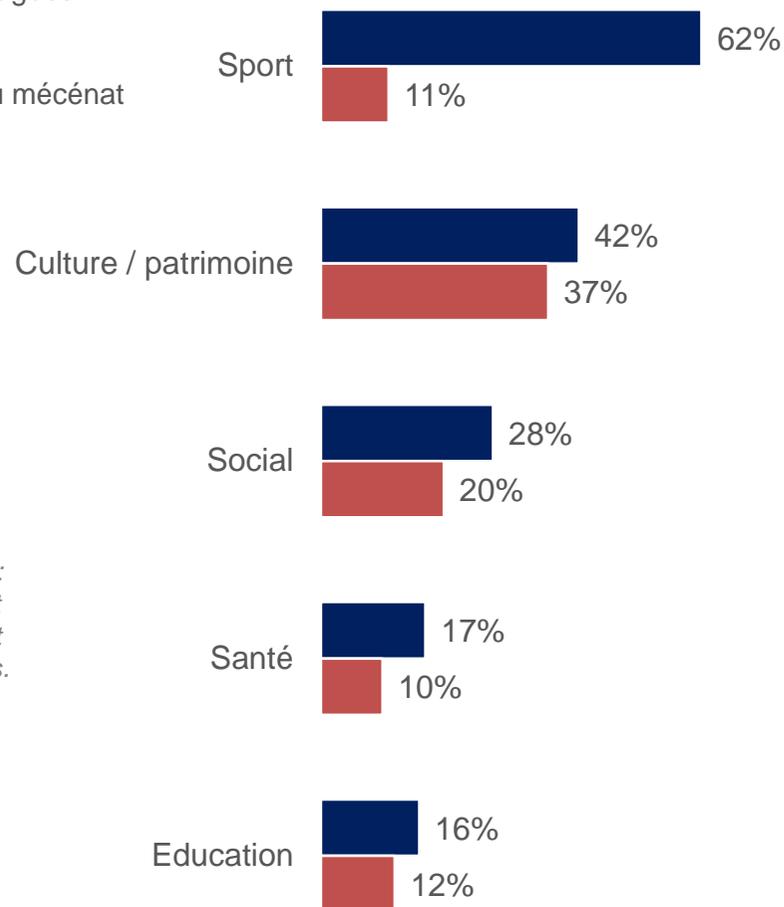
Dans quels domaines votre entreprise a-t-elle fait du mécénat en 2015 ? Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n= 86)

Dans votre budget mécénat, quel est le pourcentage consacré à chacun de ces domaines ?

Base entreprises mécènes (n=52)

- Part d'entreprises engagées à l'échelle régionale
- Part dans le budget du mécénat à l'échelle régionale



Les 3 domaines les plus choisis sont : le sport, la culture et le social.

Les 3 domaines les plus soutenus financièrement sont : la culture, le social et l'éducation.

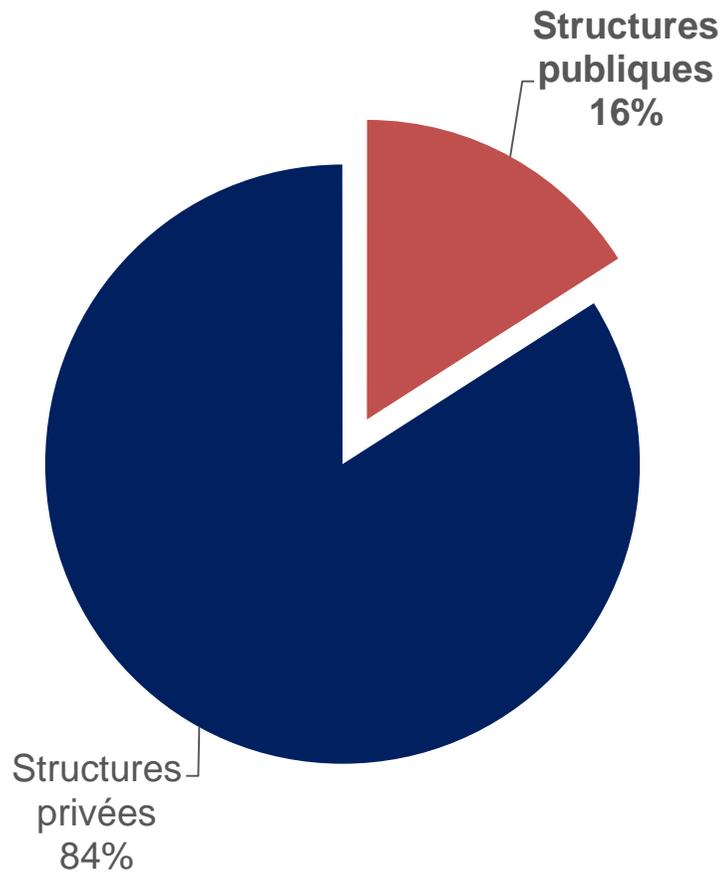
Le sport, premier centre d'intérêt des entreprises de la région ne bénéficie que de 11% de leur dotation.

Total supérieur à 100% : les entreprises peuvent s'investir simultanément dans plusieurs domaines.

# Un soutien aux structures privées qui reste très largement majoritaire

Comment se répartit votre budget de mécénat entre le soutien à des structures publiques et le soutien à des structures privées ?

Base entreprises mécènes (n= 71)



**83%**

**La part des entreprises mécènes soutenant des structures privées en France en 2016**

*Source : Baromètre Admical / CSA 2016*

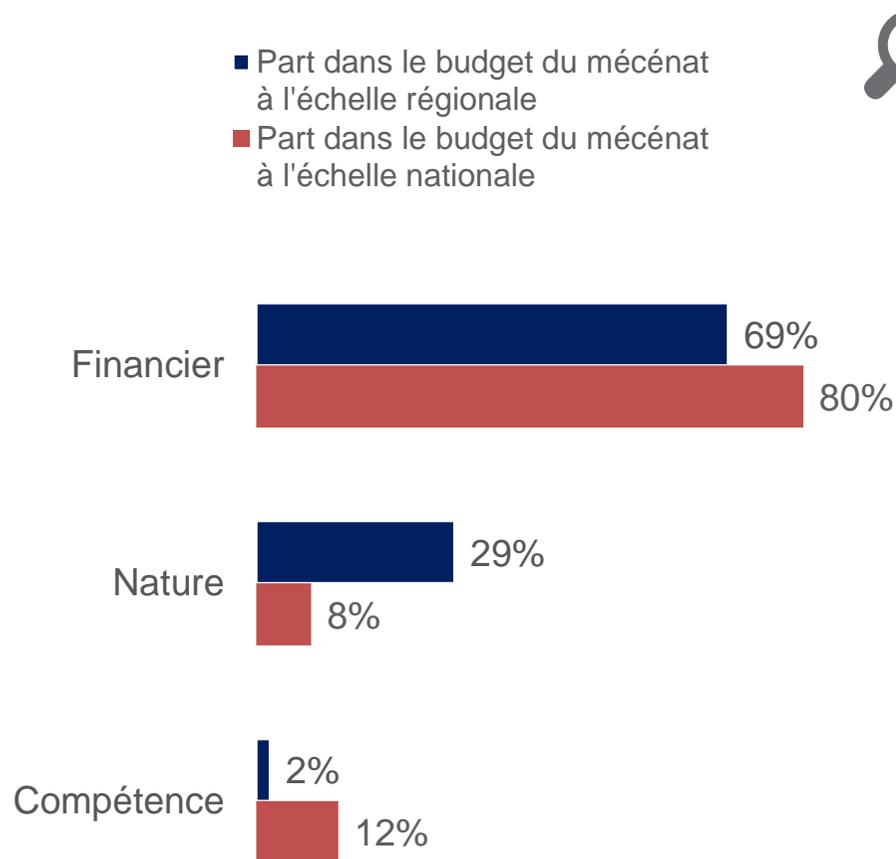
Les entreprises mécènes s'engagent en priorité en faveur de structures privées (associations, fondations, fonds de dotation...) qui représentent la majorité des acteurs de l'intérêt général.

# Le mécénat en nature, davantage développé en Pays de la Loire

Comment se répartit la valeur de vos dons en fonction des différentes formes de mécénat suivantes ?

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n= 70)



Le mécénat financier reste le mode d'intervention le plus utilisé, quelle que soit la taille de l'entreprise.

## Spécificité des Pays de la Loire :

Les entreprises mécènes s'engagent près de 4 fois plus (29% contre 8%) par le biais du mécénat en nature qu'à l'échelle nationale. Le mécénat en nature est une alternative intéressante pour des entreprises qui ne disposent pas d'une trésorerie importante.

En revanche, elles interviennent rarement en mettant leurs compétences à disposition des porteurs de projets. Le mécénat de compétences est davantage utilisé par les grandes entreprises car le dispositif peut être plus long à mettre en œuvre.

# Un recours à la réduction fiscale largement répandu

Pour ses actions de mécénat, votre entreprise bénéficie-t-elle de la réduction d'impôt de 60% du montant des dons, dans le cadre de la loi du 1er août 2003 sur le mécénat (la réduction d'impôt signifie que votre entreprise retire 60% de la valeur des dons du montant de son impôt à payer) ?

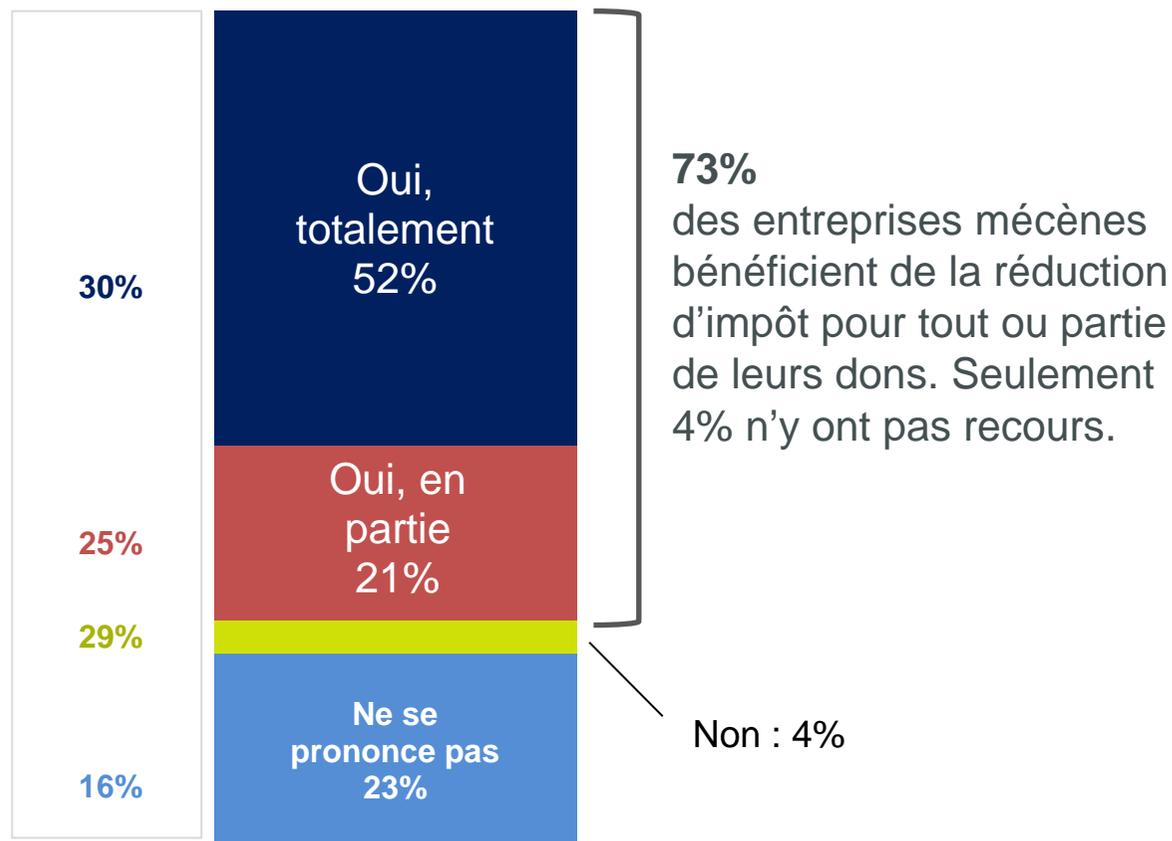
Base entreprises mécènes (n=77)



**55%**

La part des entreprises françaises bénéficiant de la réduction d'impôt pour tout ou partie de leurs dons.

Source : Baromètre Admical / CSA 2016



Repères nationaux :

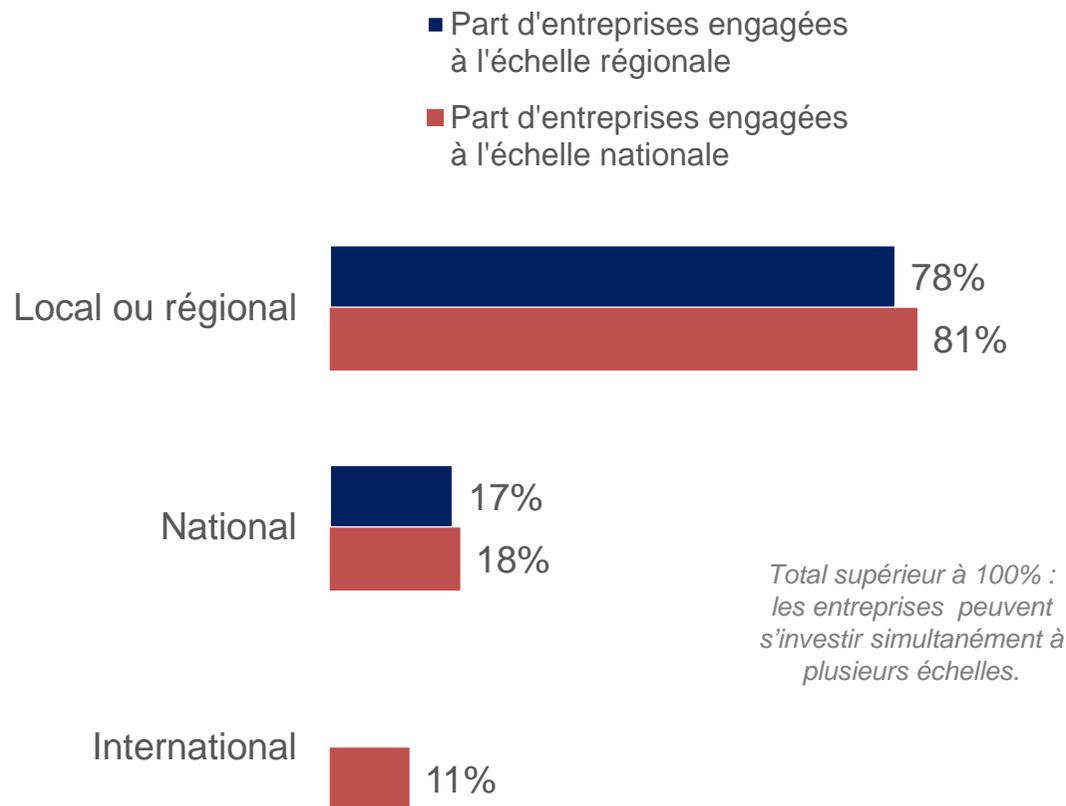
Source Baromètre Admical / CSA 2016

# Zones d'intervention : un mécénat au cœur du territoire

Les actions de mécénat de votre entreprise s'exercent-elles au niveau ...

Plusieurs réponses possibles

Base entreprises mécènes (n= 77)



Comme les entreprises à l'échelle nationale, les entreprises mécènes des Pays de la Loire privilégient la proximité et le territoire sur lequel elles sont installées.

Le mécénat à l'international est majoritairement pratiqué par les grandes entreprises qui ont des filiales à l'étranger.

Aucune des entreprises interrogées n'était, au moment de l'enquête, engagée dans une démarche à cette échelle.

# Un mécénat collectif, une pratique encore récente

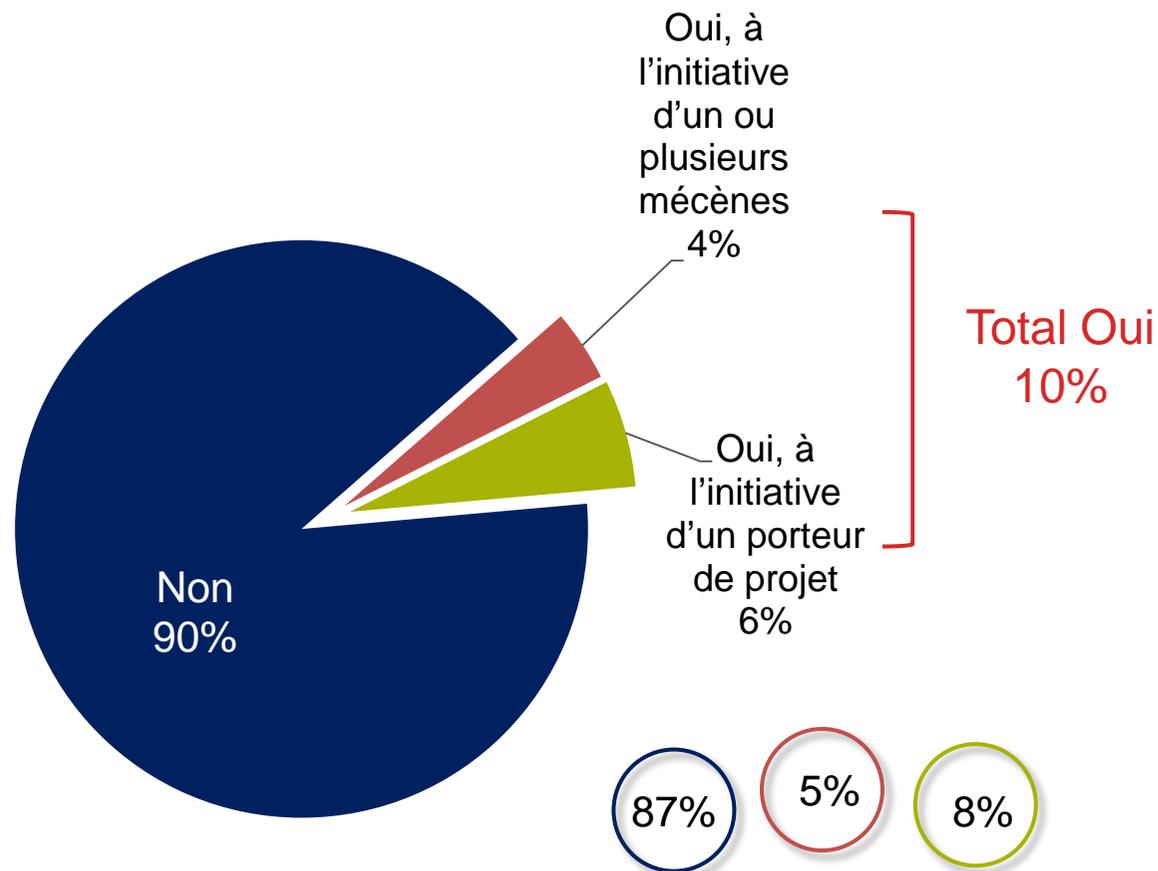
Vous êtes-vous déjà associé à d'autres entreprises pour soutenir ou créer des projets sur le principe du mécénat collectif ?

Base entreprises mécènes (n=234)



En Pays de la Loire comme à l'échelle nationale, le mécénat collectif est minoritaire. Seules 10% des entreprises interrogées se sont déjà associées à d'autres mécènes pour soutenir un projet (National : 13%).

Le mécénat collectif est une pratique relativement récente qui peut être à l'initiative d'un bénéficiaire (club, fonds de dotation, association) ou à l'initiative de mécènes qui s'associent pour lancer un appel à projets ou faire changer d'échelle un projet qu'ils soutiennent déjà seuls.



Repères nationaux :  
Source Baromètre Admical / CSA 2016

# Le *crowdfunding* est une pratique encore peu répandue même si le potentiel ne semble pas négligeable

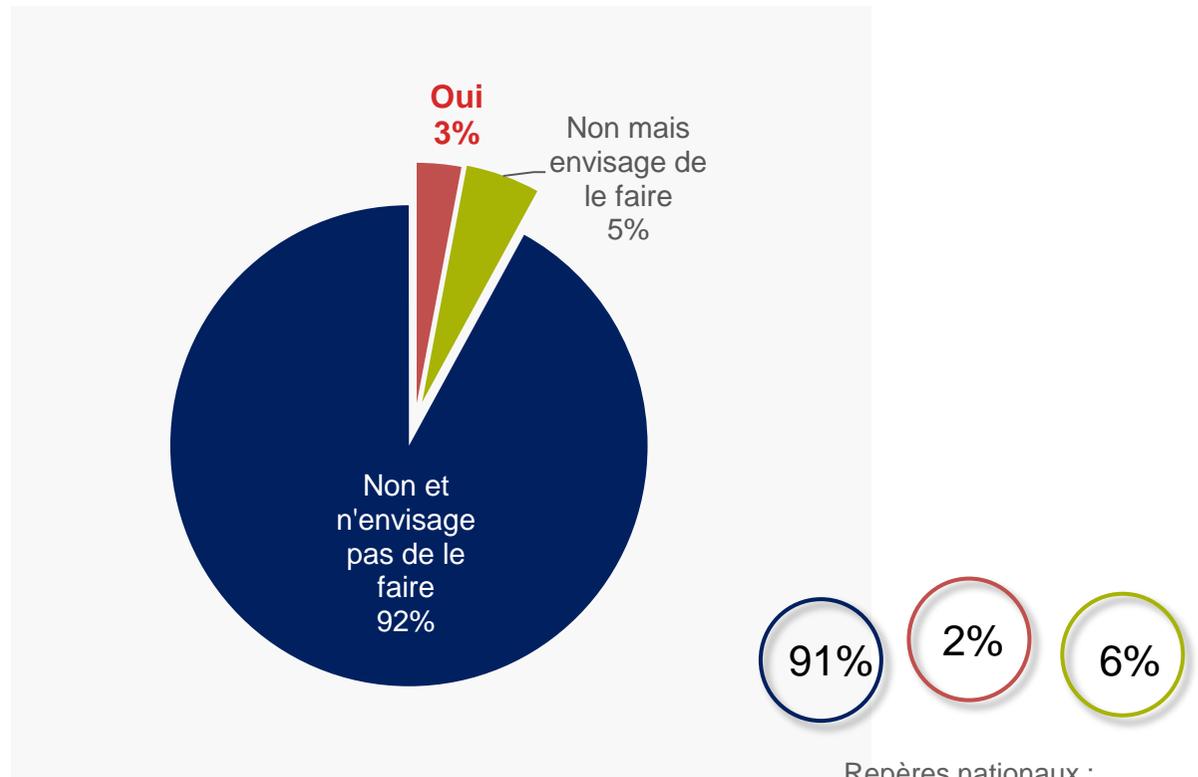
Avez-vous déjà soutenu ou envisagé de soutenir des projets via une plateforme de crowdfunding (via une plateforme externe ou votre propre plateforme) ?

Base ensemble (n= 419)

**Au global, 3% des entreprises ont déjà soutenu des projets via une plateforme de crowdfunding**



Le *crowdfunding* ou financement participatif est une pratique émergente. Pratiqué par 3% des entreprises en Pays de la Loire, il est voué à se développer puisque 5% des entreprises interrogées envisagent de soutenir des projets via une plateforme dans les années à venir. Les entreprises peuvent soutenir des projets via une plateforme existante ou choisir de créer leur propre plateforme.



Repères nationaux :

Source Baromètre Admical / CSA 2016

# Moteurs et freins à l'engagement

# Pays de la Loire : un mécénat pleinement intégré à la stratégie des entreprises

Sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure les motivations suivantes jouent-elles un rôle dans la décision de votre entreprise à faire du mécénat, 10 voulant dire qu'elle y a très fortement contribué

Base entreprises mécènes (n=74)

## Principales motivations au mécénat

	Note MOYENNE	Repères nationaux : Source Baromètre Admical / CSA 2016	
1. Exprimer, incarner les valeurs de l'entreprise	7,1	6,5	2
2. Valoriser l'image et la réputation de votre entreprise	6,8	6,1	4
3. Contribuer à l'intérêt général	6,7	7	1
4. Construire des relations avec les acteurs du territoire	6,7	6,1	3
5. Développer de nouvelles relations avec ses partenaires	5,9	5,1	5
6. Cohésion interne de l'entreprise (fédérer et fidéliser les collaborateurs)	5,2	4,2	6

note      classement

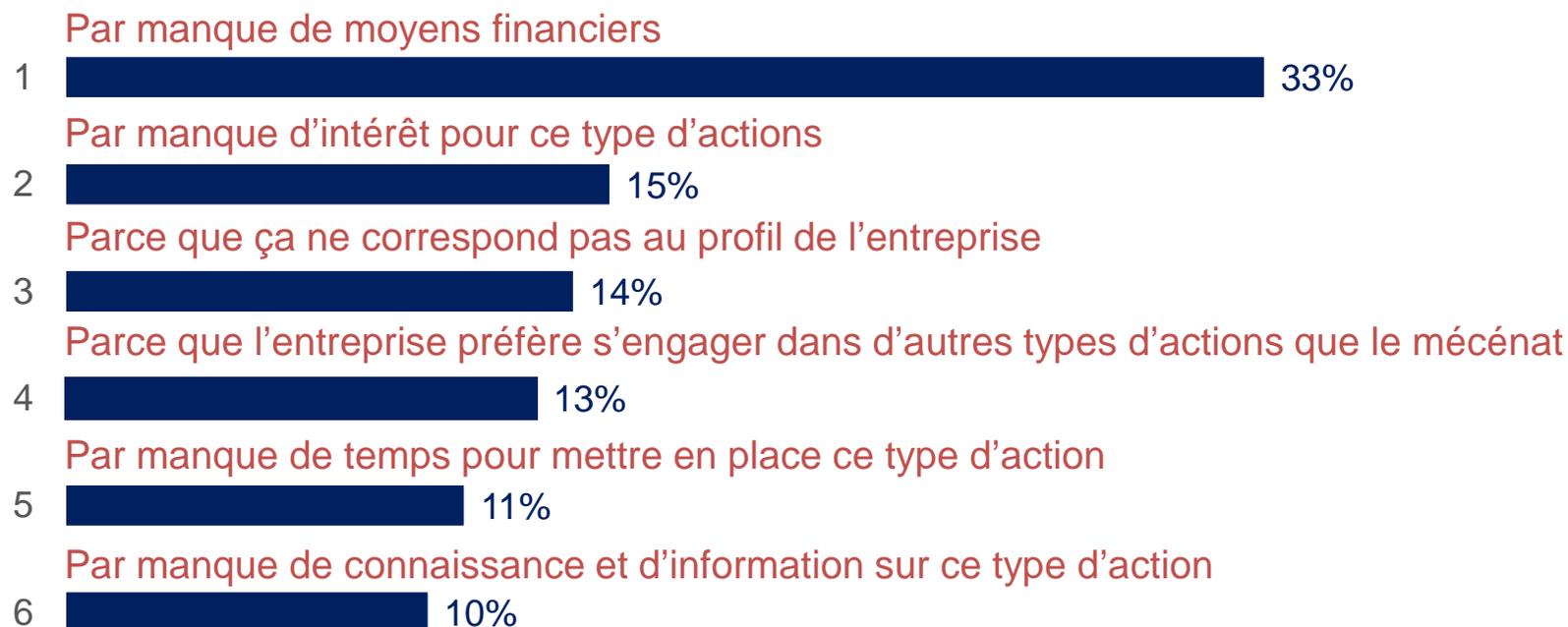


Pour les entreprises des Pays de la Loire, « incarner les valeurs de l'entreprise » constitue la principale motivation pour s'engager dans une démarche de mécénat. Le mécénat est ainsi pleinement intégré à la stratégie des entreprises de la région qui souhaitent incarner leurs valeurs, valoriser leur réputation et nouer des relations avec les acteurs de leur territoire.

# Le manque de moyens financiers, principal frein à l'engagement

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles votre entreprise ne fait pas de mécénat? Choisir les modalités par ordre d'importance.

Base ensemble (n=320)

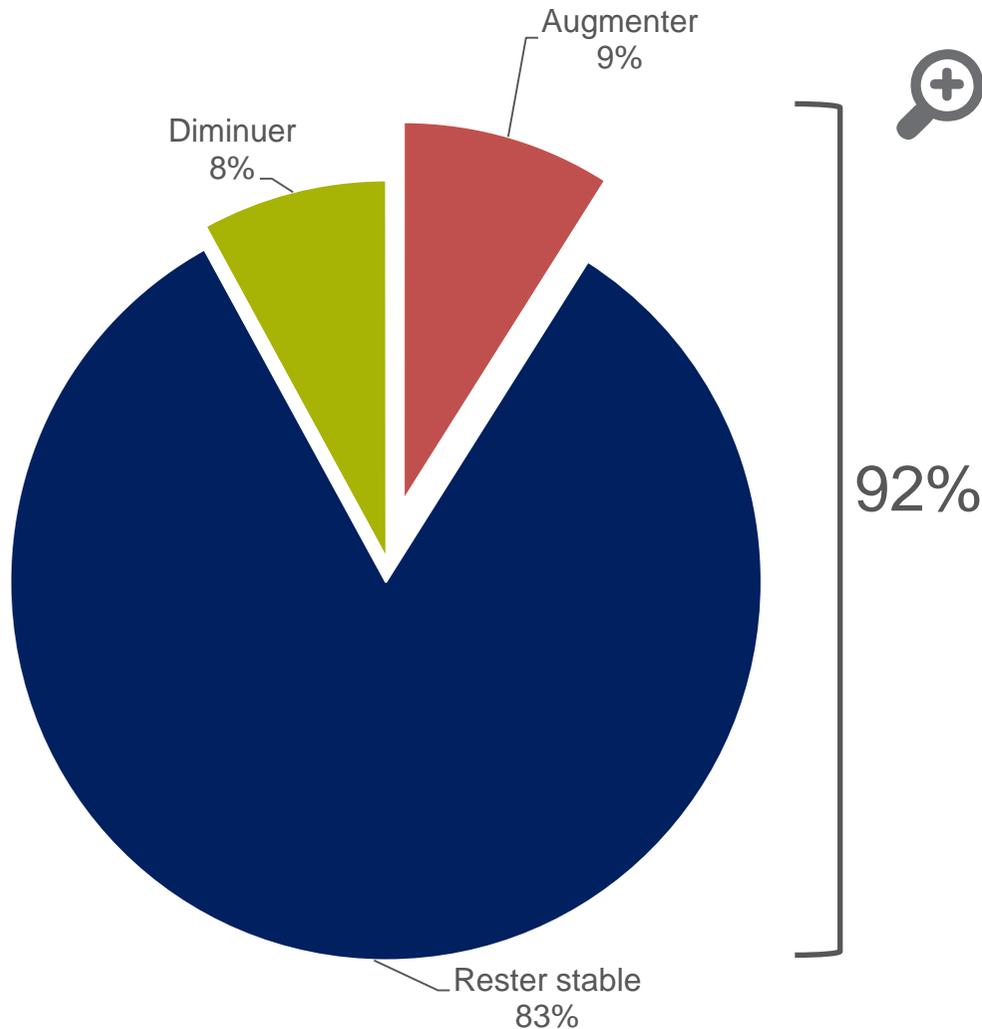


Si les entreprises des Pays de la Loire sont davantage tournées vers le mécénat qu'à l'échelle nationale, elles restent freinées par le manque de moyens financiers. On peut également noter le besoin de continuer à les informer et à les sensibiliser sur la nature du dispositifs et ses bienfaits pour le monde économique.

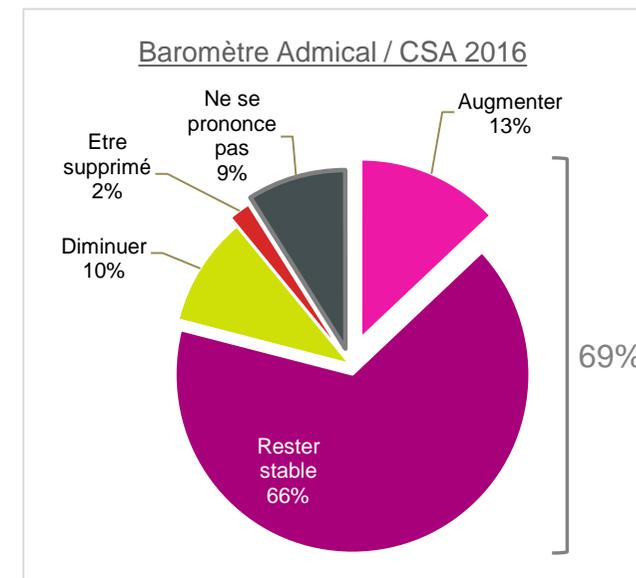
# Stabilisation du budget consacré au mécénat : un engagement durable et optimiste

Dans les deux ans à venir pensez-vous que le budget de votre entreprise consacré au mécénat va... ?

Base entreprises mécènes (n=234)



En Pays de la Loire, les perspectives du mécénat d'entreprise sont très optimistes. Plus qu'à l'échelle nationale (69%), 92% des entreprises mécènes déclarent vouloir stabiliser ou augmenter le budget qu'elles consacrent au mécénat dans les deux ans à venir. Elles conçoivent leur engagement dans la durée et se professionnalisent. Le mécénat fait partie intégrante de la stratégie de l'entreprise.



# Points clefs de l'étude

# Les entreprises mécènes

- En Pays de la Loire, **21% des entreprises sont engagées** dans une démarche de mécénat, **soit un taux supérieur au national (14%)**.
- Des 5 départements de la région, c'est **la Vendée qui est en pointe sur le sujet**. 31% des entreprises qui y sont domiciliées sont engagées dans une ou des actions de mécénat. En Loire-Atlantique (23%), Maine-et-Loire (19%) et Sarthe (19%), le taux d'entreprises mécènes est également supérieur au taux national. En revanche, **la Mayenne (10%) reste un territoire à sensibiliser**.
- En Pays de la Loire, **ce sont les PME qui sont le plus mobilisées**. 46% des entreprises de la tranche 10-249 salariés accompagnent ainsi une action d'intérêt général. Cet engagement concerne aussi plus fortement les secteurs du commerce (31%) et des services (25%).
- Plus d'1/4 des entreprises de la région (26%) ont formalisé une politique de développement durable / RSE**. Les entreprises mécènes y sont particulièrement sensibles : 49% d'entre elles l'ont intégré dans leur stratégie de développement.
- Plus de la moitié des entreprises de la région sont engagées dans une démarche de sponsoring** (42% contre 25%, à l'échelle nationale). C'est un mode de partenariat particulièrement prisé puisque pratiqué par deux fois plus d'entreprises que le mécénat. Ces dernières ont également tendance à combiner les deux modes : parmi les entreprises mécènes, 73% sont aussi sponsors.

# Les pratiques du mécénat d'entreprise

- ❖ **Le sport est le premier domaine ciblé par les entreprises des Pays de la Loire** : 62% des mécènes de la région s'engagent en faveur d'actions liées à ce domaine. En revanche, le budget qui lui est consacré reste plus modeste (11%).
- ❖ La culture et le patrimoine, plébiscités par 42% des entreprises mécènes bénéficient d'un accompagnement financier important et recueillent 37% des budgets (15% des budgets, à l'échelle nationale). Cette appétence particulière des entreprises ligériennes peut s'expliquer **par l'héritage patrimonial conséquent de la région**, le développement de clubs d'entreprises dédiés et une création artistique et culturelle dynamique.
- ❖ En moyenne, **les entreprises de la région s'investissent dans 1,8 domaines** (1,7 domaines à l'échelle nationale). Cependant, la moitié des entreprises mécènes (51%) ne ciblent qu'un seul domaine.
- ❖ Comme à l'échelle nationale, les entreprises des Pays de la Loire accompagnent majoritairement les porteurs de projets par l'intermédiaire du mécénat financier. En complément, **le mécénat en nature est bien plus développé (29% du mécénat en Pays de la Loire contre 8% à l'échelle nationale)**.

# Moteurs et freins à l'engagement

- ✎ Pour les entreprises des Pays de la Loire qui s'engagent dans une démarche de mécénat, **la priorité est d'« exprimer, incarner les valeurs de l'entreprise » puis d'en « valoriser l'image et la réputation »**. D'avantage **tournées vers un « mécénat stratégique »**, les sociétés ligériennes ont intégré le mécénat comme un outil de valorisation et de co-construction sur leur territoire.
- ✎ Si les entreprises des Pays de la Loire sont davantage tournées vers le mécénat qu'à l'échelle nationale, elles restent freinées par le manque de moyens financiers. On peut également noter le besoin de continuer à les informer et à les sensibiliser sur la nature du dispositifs et ses bienfaits pour le monde économique.
- ✎ Les entreprises accompagnent en majeure partie (78%) des projets qui sont mis en œuvre sur leur propre territoire. **La proximité et l'impact territorial d'une action peut s'avérer un atout de séduction pour les porteurs de projets.**
- ✎ 83% des entreprises engagées dans une démarche de mécénat sont prêtes à maintenir leur budget pour les deux années à venir. 9% sont mêmes prêtes à augmenter leur dotation. **Cet optimisme démontre à nouveau que le mécénat fait partie intégrante de la stratégie des entreprises.**