

LE MECENAT D'ENTREPRISE

EN BASSE-NORMANDIE

RAPPORT

présenté au Conseil Economique, Social et Environnemental Régional

de Basse-Normandie

par M. Jacques BELIN

Novembre 2011

REMERCIEMENTS

Le Rapporteur tient à remercier toutes les personnes auditionnées (mécènes, porteurs de projets et acteurs intéressés par le sujet) dans le cadre de cette étude. Leur retour d'expérience et leur vision du mécénat ont largement contribué à l'élaboration de ce document.

Il remercie également Nicole JIMENEZ, Responsable du Réseau Régional de l'Association ADMICAL, pour l'éclairage national qu'elle a bien voulu apporter sur ce sujet lors de son intervention devant la Commission n°2 du CESER.

Il témoigne sa profonde reconnaissance au Président et aux Membres de la Commission n° 2, ainsi qu'à Maryvonne PICOT, Gilbert DELACOTTE, Hervé SAVOURNIN et François RADIGUE pour l'intérêt qu'ils ont porté à l'étude, leur investissement sans faille et la qualité des échanges au sein du groupe de travail.

Il remercie aussi Mélanie BLIN, stagiaire au Centre International de Deauville, ainsi que Fabienne AIT-IDDER et Alexandra BENARD, de l'équipe administrative du CESER, pour leur investissement dans la réalisation de l'enquête auprès des entreprises et des porteurs de projets.

Enfin, il adresse ses plus vifs remerciements à Vincent POTIN, Chargé de Mission au CESER, pour toutes les recherches qu'il a effectuées et pour le travail d'information et d'analyse qu'il a su réaliser avec compétence.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
I. LE MECENAT D'ENTREPRISE EN FRANCE : UN CONTEXTE FAVORABLE	3
I.1. L'EVOLUTION DU DISPOSITIF JURIDIQUE ET FISCAL.....	3
I.1.1. Un dispositif fiscal attractif.....	3
I.1.2. Un cadre juridique sécurisé.....	5
I.1.3. Le mécénat d'entreprise au niveau international.....	11
I.2. L'ACTIVITE DES MEDIEATEURS.....	13
I.2.1. Les initiatives privées.....	13
I.2.2. L'action des pouvoirs publics.....	16
I.2.3. L'implication des entreprises et de leurs partenaires.....	18
I.2.4. La professionnalisation des fonctions de recherche de mécènes.....	20
I.3. LA MOTIVATION DES ENTREPRISES MECENES.....	21
I.3.1. Le renforcement des relations entreprises/associations.....	22
I.3.2. Le mécénat et la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE).....	22
I.3.3. La pratique du mécénat par les PME : l'enquête du CERPFI.....	23
I.4. L'EVOLUTION RECENTE DU MECENAT D'ENTREPRISE.....	25
I.4.1. Les moyens financiers.....	25
I.4.2. Les entreprises mécènes en France.....	28
I.4.3. La diversification des pratiques.....	29
I.4.4. Une évolution dans les thématiques soutenues.....	32
I.4.5. Un nouveau visage : le mécénat de proximité.....	34
II. LE MECENAT D'ENTREPRISE EN BASSE-NORMANDIE	41
II.1. LE POSITIONNEMENT DES ACTEURS BAS-NORMANDS.....	41
II.1.1. L'enquête auprès des entreprises.....	41
II.1.2. L'enquête auprès des associations et des porteurs de projets.....	45
II.1.3. Les leviers et les freins au développement du mécénat en Basse-Normandie.....	48
II.2. LES EXEMPLES LOCAUX DE MECENAT D'ENTREPRISE.....	55
II.2.1. Pratiques d'entreprises mécènes.....	55
II.2.2. Quelques exemples d'actions qui bénéficient du mécénat.....	66
ANNEXES	77

INTRODUCTION

En France en 2008, la générosité globale est estimée à près de 6 milliards d'euros ; 3,2 milliards proviennent de dons individuels effectués par plus de 6 millions de foyers¹ et 2,5 milliards d'euros sont attribués par près de 30 000 entreprises².

L'arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière définit le mécénat comme "un soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général". Il se distingue en cela du parrainage (ou sponsoring) dont le soutien matériel concerne toute cause -même celles ne relevant pas de l'intérêt général- en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Phénomène relativement récent en France, le mécénat d'entreprise est marqué par un développement important : le nombre d'entreprises mécènes est passé de 300 en 1986 à plus de 35 000 en 2008 ; dans le même temps le budget global passait de 50 millions à 2,5 milliards d'euros³. Ce succès est la résultante de l'action des pouvoirs publics et de la prise de conscience des entreprises de la nécessité de s'engager dans des politiques de mécénat.

Aujourd'hui, la France possède un des dispositifs fiscaux en faveur du mécénat les plus attractifs, notamment en Europe, un dispositif juridique assoupli en matière de fondation d'entreprises et des promoteurs publics et privés très actifs. Pour autant, les sommes que les entreprises nationales consacrent au mécénat sont encore bien inférieures à celles de pays comme les Etats-Unis, où en 2005, le montant des dons des entreprises est dix fois plus élevé qu'en France (2,1 % du PIB soit 13,77 milliards de dollars, contre 0,2 % du PIB en France soit 1 milliard).

L'augmentation constante de la somme des dons⁴ et du nombre d'entreprise mécènes s'accompagne d'une évolution de la typologie (83 % des entreprises mécènes sont des PME), des pratiques (développement du mécénat en nature et de compétences aux côtés de celui plus classique du don financier), et des causes soutenues (qui voient se développer les interventions dans les domaines socio-éducatifs et sportifs au détriment de la culture).

Ce contexte est aussi marqué le développement d'un mécénat territorial, au service de la promotion d'un territoire. Ainsi, de nombreuses régions se dotent de promoteurs locaux du mécénat, tandis que fleurissent de nombreuses fondations d'entreprises "territoriales".

Si le contexte juridique et fiscal est favorable, le succès actuel du mécénat est aussi dû à une évolution de la relation que les entreprises entretiennent avec leur environnement et de la prise de conscience des responsabilités qu'elles doivent exercer au sein de la société.

¹ BAZIN Cécile, MALLET Jacques, "La générosité des Français", Recherche & Solidarité, 15^{ème} édition, novembre 2010 P.5.

² Le mécénat d'entreprise en 2008, AMDICAL.

³ Source les enquêtes annuelles d'ADMICAL menées tous les deux ans depuis 1986.

⁴ Avec toutefois une baisse de 20 % constatée entre 2008 et 2010, portant le budget global à 2 milliards.

Fort de ces constats, le Conseil Economique, Social et Environnemental Régional a souhaité, dans le cadre d'une auto saisine, observer la réalité du mécénat d'entreprise en Basse-Normandie.

La première partie présente le dispositif juridique et fiscal concernant le mécénat et fait le point sur les grandes tendances au niveau national.

Dans une deuxième partie, en s'appuyant sur une enquête qu'il a lui-même réalisée auprès des entreprises de la région, l'étude fait un point sur la situation régionale du mécénat d'entreprise, ses enjeux, les freins et les leviers permettant son développement. Enfin, des exemples d'actions d'entreprises mécènes et de structure qui bénéficient du soutien d'entreprises illustrent ces observations.

I. LE MECENAT D'ENTREPRISE EN FRANCE : UN CONTEXTE FAVORABLE

Le développement du mécénat d'entreprise en France est dû à la fois au caractère attractif du dispositif juridique et fiscal, à l'action de promoteurs publics et privés du mécénat et à une évolution conjointe des entreprises et des porteurs de projets sur la question. Il se traduit par un changement dans les pratiques et les thématiques soutenues.

I.1. L'EVOLUTION DU DISPOSITIF JURIDIQUE ET FISCAL

I.1.1. Un dispositif fiscal attractif

I.1.1.1. Des années 80 à la loi "Aillagon" du 1^{er} août 2003

Le premier cadre fiscal, fixé par la *loi du 27 juillet 1987 sur le mécénat*, ouvre la possibilité de déduire une part de l'impôt des sociétés (33 %, dans la limite de 0,2 % du chiffre d'affaire) pour les dons effectués au profit de missions d'intérêt général. Cette disposition est rapidement complétée d'une définition juridique dans le cadre de *L'arrêté du 6 janvier 1989 sur la terminologie économique et financière*, précisant que le mécénat est "un soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général". Il se distingue du parrainage ou *sponsoring*, qui concerne toute cause -même celle ne relevant pas de l'intérêt général-, en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Si l'absence de contrepartie pour l'entreprise est un des critères caractérisant une action de mécénat, cette notion fait rapidement l'objet de précisions. En 2000, la loi de finances précise les contreparties attendues d'un mécénat, autorisant notamment une entreprise mécène à associer son nom aux actions qu'elle soutient. *L'instruction fiscale du 26 avril 2000 sur la distinction mécénat/parrainage* prolonge et clarifie la distinction entre le mécénat pour lequel il doit exister une disproportion marquée entre la somme versée et les contreparties reçues par l'entreprise, et le parrainage, qui s'apparente à une action publicitaire. La jurisprudence fiscale précise la notion de "disproportion marquée" : les contreparties reçues ne doivent pas excéder 25 % de la somme donnée.

La loi du 4 janvier 2002 relative aux musées de France renforce l'incitation fiscale pour le mécénat culturel :

- Les entreprises qui procèdent à l'achat d'œuvres originales d'artistes vivants ou d'instruments de musiques destinés à être prêtés à des artistes peuvent les déduire intégralement de leurs résultats imposables, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaire. Cette déduction fiscale est répartie sur cinq ans par tranches égales (article 238 bis AB du Code Général des Impôts). L'entreprise a alors l'obligation d'exposer l'œuvre acquise au public (obligation qui est considérée comme remplie si l'œuvre est aux salariées et/ou aux clients de l'entreprise, sans qu'elle soit exposée dans des bureaux individuels).

- Participer à l'acquisition des trésors nationaux et d'œuvres d'intérêt patrimonial majeur au profit d'une collection publique ouvre droit à une réduction d'impôt de 90 % du montant du versement effectué (dans la limite de 50 % de l'impôt sur les sociétés dû). Cette déduction est de 40 % si l'entreprise acquiert le trésor national pour son propre compte. (Article 238 O A et O AB du CGI).
- Le régime général de déduction d'impôt pour le mécénat s'applique aux dons des entreprises destinés à financer des travaux de conservation, de restauration et d'accessibilité au public des monuments historiques privés. Au terme du dispositif adopté, les dons à la fondation du patrimoine ou à toute autre fondation agréée ouvrent droit au régime fiscal du mécénat à condition que le monument qui en bénéficie soit conservé par son propriétaire et ouvert au public pendant au moins dix ans.

Le véritable tournant législatif intervient lors du vote de la *loi n° 2003-709 du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux fondations et aux associations*, qui fait aujourd'hui du système fiscal français l'un des plus attractifs au niveau européen. Précisant la notion d'intérêt général, la loi renforce et généralise le dispositif fiscal, sécurise le cadre juridique du don pour les entreprises et les bénéficiaires.

La notion d'intérêt général recouvre "toute action à but non lucratif ou à gestion désintéressée dans les domaines philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, culturel, patrimonial, environnemental et de la diffusion de la langue et de la culture française". Lors de l'exposé des motifs devant l'Assemblée Nationale, le ministre de la culture Jean Jacques Aillagon propose une conciliation sur la définition de l'intérêt général : si la puissance publique semble la plus à même d'impulser une politique d'intérêt général, elle n'en a pourtant pas le monopole. Par le vote de cette loi, l'Etat incite donc à une relation plus directe entre les entreprises et les "créateurs sociaux", mais reste arbitre de ces relations, notamment par la fixation du cadre législatif. L'entreprise est ainsi appelée à jouer un rôle dans l'action publique aux côtés de l'Etat : "elle la complète, la seconde et la prolonge".

Le dispositif fiscal adopté permet à **une entreprise de déduire de l'impôt dû par la société, 60 % du don effectué dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires hors taxes**. La réduction d'impôt est reportable sur 5 ans pour les entreprises dépassant le plafond ou pour celles dont la réduction fiscale obtenue dépasse l'impôt annuel dû par la société.

Pour sécuriser la relation entre mécènes et bénéficiaires, la loi prévoit la mise en œuvre d'une procédure de rescrit fiscal. Cette habilitation préalable à la délivrance de reçus fiscaux par les organismes bénéficiaires de dons permet de garantir aux entreprises l'éligibilité de l'organisme bénéficiaire au dispositif fiscal du mécénat.

Ainsi, la loi du 1^{er} août 2003 permet à la France de combler son retard en matière de fiscalité liée au mécénat. L'esprit du mécénat change aussi dans l'institutionnalisation des contreparties, au point que l'on peut parfois le considérer aujourd'hui comme un système d'échanges plutôt qu'un don désintéressé.

I.1.1.2. Le renforcement du dispositif depuis la loi Aillagon

Plusieurs dispositions de lois plus générales viennent compléter le dispositif. La loi de finances 2004 étend le dispositif fiscal aux organismes publics et privés à gestion

désintéressée dont l'activité principale est la présentation de spectacles vivants ou cinématographiques.

La loi de finances rectificative de 2007 étend le régime du mécénat d'entreprise aux sociétés de capitaux dont le capital est entièrement détenu par l'Etat ou un ou plusieurs établissements publics nationaux, seuls ou conjointement avec une ou plusieurs collectivités territoriales, et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres du spectacle vivant ou l'organisation d'expositions d'art contemporain.

La loi relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision du 5 mars étend le bénéfice du mécénat à Radio France, France Télévision et aux organismes chargés de l'audiovisuel extérieur de la France.

La loi de finances rectificative du 30 décembre 2009 ouvre le bénéfice du mécénat aux organismes agréés dont le siège est situé dans un Etat membre ou dans un Etat de l'Union Economique Européenne ayant conclu avec la France une convention contenant une clause de lutte contre la fraude et l'évasion fiscale.

I.1.2. Un cadre juridique sécurisé

Pour pouvoir bénéficier d'une déduction fiscale, l'entreprise doit remplir certaines conditions juridiques et les dons effectués doivent soutenir les organismes et les causes éligibles. Tous ces éléments sont inscrits dans l'article 238 bis du Code Général des Impôts (CGI).

I.1.2.1. Les entreprises éligibles au dispositif fiscal du mécénat

Dans l'absolu, toute entreprise, quel que soit son statut juridique ou sa situation économique et financière, est libre de faire un don, dans la limite du respect de l'objet social de l'entreprise.

Mais, seules les entreprises domiciliées fiscalement en France, assujetties à l'impôt sur les sociétés, ou exonérées temporairement ou partiellement par application d'un abattement sur le revenu imposable, peuvent bénéficier de déductions fiscales. Les micro-entreprises, les entreprises bénéficiant d'une exonération en vertu d'une disposition particulière en sont donc exclues. Les entreprises individuelles ou les professions libérales peuvent choisir entre le dispositif fiscal réservé aux particuliers et celui réservé à l'entreprise.

Il est à noter que le régime fiscal n'est pas systématiquement mobilisé par les entreprises mécènes. L'enquête de l'ADMICAL sur le mécénat en 2010 montre que seulement 55 % de ces entreprises effectuent les démarches auprès des services fiscaux pour en bénéficier.

I.1.2.2. Les organismes bénéficiaires du mécénat ouvrant droit à réduction fiscale pour l'entreprise mécène

Au terme de la loi du 1^{er} août 2003, repris dans l'article 238 bis du Code Général des Impôts, sont éligibles au dispositif fiscal les organismes qui répondent à trois critères :

- Se prévaloir d'un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social humanitaire, sportif, familial et culturel ou concourant à la mise en valeur du

patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises".

- Relever de l'intérêt général (l'organisme ne bénéficie pas à un nombre restreint de personnes, le caractère de sa gestion est désintéressé et il ne pratique pas d'activité lucrative).
- Disposer d'un siège situé en France ou, depuis le 1^{er} janvier 2010, dans un Etat membre de la Communauté Européenne ou de l'Espace Economique Européen. Les associations ou organismes ayant pour objet de "recueillir des dons pour organiser, à partir de la France, un programme humanitaire d'aide en faveur des populations en détresse dans le monde" sont éligibles.

Ainsi, sous réserve qu'ils répondent à ces critères, les organismes et institutions suivantes sont éligibles au dispositif fiscal :

- les œuvres ou organismes d'intérêt général ;
- les fondations ou associations reconnues d'utilité publique, les associations culturelles ou de bienfaisance autorisées à recevoir des dons et les établissements des cultes reconnus d'Alsace-Moselle ;
- les établissements d'enseignement supérieur et d'enseignement artistiques publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif ;
- les sociétés ou organismes publics ou privés agréés par le ministère du budget éligibles à la fiscalité établie en matière de recherche scientifique et technique ;
- les organismes publics ou privés, y compris les sociétés de capitaux dont les actionnaires sont l'Etat ou un ou plusieurs établissements publics nationaux, seuls ou conjointement avec une ou plusieurs collectivités territoriales dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, cinématographiques ;
- les projets de thèses proposées par les écoles doctorales éligibles au mécénat ;
- les sociétés dont l'Etat est actionnaire unique qui ont pour activité la représentation de la France aux expositions universelles ;
- les sociétés nationales de programmes télévisuels et audiovisuels culturels (France Télévision, Radio France et celle en charge de l'audiovisuel extérieur de la France) ;
- la Fondation du Patrimoine, les fondations et associations reconnues d'utilité publique dont l'objet est culturel, en vue de subventionner la réalisation de travaux de monuments historiques dont les propriétaires sont privés ;
- les fonds de dotations ;
- les organismes agréés, dont la gestion est désintéressée et qui ont pour objet exclusif de participer, par le versement d'aides financières, à la création ou au soutien de certaines PME ;
- les collectivités ou établissements publics pour les dons affectés à une activité d'intérêt général présentent un des caractères mentionnés à l'article 238 bis du CGI.

Ce panorama exclut les SCOP et les SARL. Or, dans le domaine culturel notamment, ces régimes juridiques sont souvent utilisés.

I.1.2.3. La procédure facultative de rescrit fiscal

Pour sécuriser la relation entre l'entreprise donatrice et l'organisme bénéficiaire, la loi du 1^{er} août 2003 a mis en place *le rescrit fiscal*, procédure d'habilitation préalable à l'éligibilité d'un organisme au mécénat. Cette habilitation est sollicitée auprès des services fiscaux du département. Bien que facultative, cette démarche est une garantie pour le donateur et le receveur. En effet, si l'émission de reçus fiscaux est libre, l'organisme qui en délivre à tort à ses donateurs (particuliers ou entreprises) s'expose à une amende égale à 25 % des sommes mentionnées sur le reçu.

La demande doit être adressée par écrit aux services fiscaux du département et contenir toutes les informations nécessaires (adresse et statuts de l'organisme, objet, composition et gestion, ressources...) à la prise de décision de l'administration⁵. L'administration fiscale doit se prononcer au regard des trois critères évoqués ci-dessus dans un délai de six mois au-delà duquel l'absence de réponse vaut acceptation de la requête.

A l'issue de cette démarche, l'organisme habilité peut délivrer à chacun de ses donateurs un "reçu au titre des dons à certains organismes d'intérêt général"⁶, à présenter pour bénéficier de la réduction d'impôts.

I.1.2.4. Le succès des fonds et fondations

L'évolution du cadre législatif sur les fondations participe aussi du développement du mécénat d'entreprise en France.

I.1.2.4.1. L'évolution juridique

Les fondations en France commencent à se développer à partir de 1969 lorsque Michel POMEY, après une mission aux Etats-Unis, crée la Fondation de France et en devient le premier Directeur. L'objectif est de dynamiser la création de structures privées intervenant pour le bien public en favorisant la création de fondations sous son égide, pour lesquelles la Fondation de France gère l'aspect administratif et comptable.

Cette première initiative est complétée par la loi 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, qui définit une fondation comme un "acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident de l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif". Le régime juridique et financier alors créé est marqué par :

- Une forte tutelle de l'Etat : la fondation acquiert la personnalité morale lorsqu'elle est reconnue d'utilité publique par décret en Conseil des ministres, après avis du Conseil d'Etat. Des représentants de l'Etat sont présents dans le Conseil d'Administration.
- La volonté de pérenniser l'action de la fondation : le capital versé par les donateurs est irrévocable et non consommable, la fondation tirant son budget annuel des revenus du capital initial.

⁵ Un modèle de demande est téléchargeable sur le site de la mission mécénat du ministère de la culture.

⁶ Formulaire CERFA 11 580*03.

Ce régime très contraignant est assoupli en 2003 lors de la révision par le Conseil d'Etat des statuts-type d'une fondation reconnue d'utilité publique : les fondations à capital consommable sont désormais possibles et la présence de représentants de l'Etat n'est plus obligatoire dans les instances de gouvernance.

Puis, l'évolution législative crée de nouvelles formes de fondations :

La loi du 4 juillet 1990 permet la création de *fondations d'entreprise* et de *fondations abritées* : la fondation d'entreprise est "une personne morale à but non lucratif, créée en vue de la réalisation d'une œuvre d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel, à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises". Elle porte le nom de l'entreprise qui la crée. Dotée d'un minimum de 152 500 euros, elle organise son intervention dans le cadre d'un programme pluriannuel de 5 ans, prorogeable 3 ans. Elle ne peut recevoir ni dons autres que ceux des salariés de l'entreprises fondatrice, ni legs. Fondation à durée de vie limitée, son action n'est plus financée par les revenus d'un capital initial, mais par une dotation annuelle de l'entreprise. Les formalités administratives sont assouplies : les fondations d'entreprises sont créées par un arrêté du préfet du département du siège social de l'entreprise. En 2008, on compte 250 fondations d'entreprises.

Sans personne morale autonome, *la fondation abritée* est une affectation irrévocable de biens, droits et ressources à une fondation reconnue d'utilité publique en vue de la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif. Les fondations abritées bénéficient des avantages de la reconnaissance d'utilité publique de leur fondation abritante. Cette dernière gère la partie administrative et financière de la fondation, à qui elle peut apporter conseils et compétences. On comptabilise en France en 2008 une trentaine de fondations abritantes, dont la plus importante est la Fondation de France qui, en 2009, abrite 674 fonds ou fondations (dont 58 créés par des entreprises).

La Fondation de Coopération Scientifique (FCS) est créée par la loi de programme du 18 avril 2006 pour la recherche. Ce nouveau statut vise à assouplir les conditions de gestion des grands projets scientifiques. Elle est créée par décret simple et les personnes publiques peuvent participer pour tout ou partie de la dotation initiale. Le Conseil d'Administration est composé des membres fondateurs, d'enseignants-chercheurs intervenant au sein de la fondation, d'un représentant du rectorat faisant office de commissaire du gouvernement, de personnalités qualifiées et, le cas échéant, de représentants des collectivités locales et du monde économique.

La loi relative aux responsabilités des universités du 1^{er} août 2007 crée la *fondation universitaire*. Seuls les Etablissements Publics à Caractère Scientifique, Culturel et Professionnel (EPCSCP) et les Etablissements Publics de Coopération Scientifique (EPCS) sont habilités à créer, en leur sein, une fondation universitaire, qui n'est pas dotée de la personnalité morale. Créées pour financer "une ou plusieurs œuvres ou activités d'intérêt général et à but non lucratif conformes aux missions du service public de l'enseignement supérieur", elles peuvent intégrer des entreprises dans leurs membres fondateurs.

Cette même loi crée la *fondation partenariale*, dotée de la personnalité morale qui permet la mixité des fondateurs pour les établissements d'enseignement supérieur et les centres de recherche publics avec les entreprises. Les établissements publics

fondateurs disposent toujours de la majorité des sièges du Conseil d'Administration. L'objet de la fondation doit être conforme aux missions de l'établissement public fondateur, elles peuvent percevoir des dons et legs.

Enfin, la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 autorise la création de *fonds de dotation*. Le fonds de dotation est une personne morale de droit privé permettant la capitalisation de biens ou de droits, dont les produits sont affectés à des activités d'intérêt général ou reversés à des organismes poursuivant de telles activités. Il peut recevoir toute forme de libéralités (dons, legs, générosité du public) et détenir des biens immobiliers. Les statuts peuvent expressément prévoir les conditions dans lesquelles la dotation initiale peut être consommée (ce qui a une incidence sur la taxation des revenus du fonds). Le régime juridique des fonds de dotation est très souple ; il est créé par simple déclaration à la préfecture du département, assortie d'une transmission des statuts au Journal Officiel. Il peut être créé sans capital initial de départ. Les statuts sont libres et la gouvernance simplifiée (à minima un Conseil d'Administration de trois personnes pour les fonds dont la dotation est inférieure à 1 000 000 euros). Le fonds de dotation a pour seule obligation de transmettre annuellement ses comptes et son rapport d'activité à la Préfecture. Les fonds dont le capital est supérieur à 10 000 euros doivent nommer un commissaire aux comptes. Dernier né dans le paysage juridique français des fondations, le fonds de dotation connaît un succès immédiat avec 300 créations en moins de deux ans, principalement par des particuliers.

L'offre juridique s'est donc considérablement étoffée ces dernières années, ouvrant le champ à de nouvelles modalités d'organisation de la philanthropie d'entreprise. Ainsi, qu'elles soient à l'origine de leur création ou simplement partenaires, les entreprises jouent un rôle non négligeable dans le développement des fondations.

I.1.2.4.2. Le développement des fonds et des fondations en France

Faisant le point sur une décennie de développement des fonds et fondations⁷, le Centre Français des Fondations et la Fondation de France constataient un dynamisme certain, permettant d'affirmer qu'un pas était désormais franchi, "faisant entrer la France dans une philanthropie active, moderne et décomplexée". Le nombre de fondations s'est accru de 60 % en 9 ans, pour atteindre 1 771, tous statuts juridiques confondus. Près de 500 fonds de dotations ont été créés depuis le vote de la loi en 2008. Ces fonds et fondations ont effectué 4,9 milliards de dépenses totales (en augmentation de 36 % par rapport à 2001), détiennent 14,3 milliards d'actifs (en augmentation de 72 % depuis 2001) et représentent près de 60 000 salariés. Le secteur des fondations est assez jeune, puisque 39 % de celles encore actives en 2009 ont vu le jour depuis l'année 2000.

⁷ "Les fonds et fondations en France de 2001 à 2010", Centre Français des Fondations et Fondation de France, mai 2011.

Type de fondations	Nombre
Fondations reconnues d'utilité publique	593
Fondations d'entreprises	262
Fondations abritées	861 (n'inclut pas celles abritées par l'Institut)
Fondations de coopération scientifique	26
Fondations partenariales	9
Fondations universitaires	20
Fonds de dotation	493
Total	2 264

Nombre de fondations en France en 2010

Source : Centre Français des Fondations (CFF) et Fondation de France

Deux sous-ensembles se dessinent : les "fondations opérateurs" (gestionnaires d'établissements et mettant en œuvre une activité directe sur le terrain, elles représentent 30 % des fondations) et les "fondations de financement" dont l'activité consiste à sélectionner et financer des projets proposés par des porteurs externes. Profitant des statuts juridiques assouplissant la création et le fonctionnement, ces dernières se sont considérablement développées en 9 ans ; elles représentent 70 % des fonds et fondations en France.

Les fonds et fondations interviennent dans des domaines variés :

Domaines d'intervention	%
Art, culture	22
Enseignement supérieur, formation initiale	17
Sciences	6
Santé	19
Action sociale France	22
Développement, relations internationales	5
Emploi, marché du travail	3
Environnement	3
Autres	3

Les fonds et fondations en France de 2001 à 2010

Source : Centre Français des Fondations et Fondation de France, mai 2011

Les entreprises se sont largement saisies de la possibilité offerte de créer des fondations d'entreprises. Alors qu'elles n'étaient que 67 en 2001, on en compte 262 en 2009, soit 15 % des fondations contre 6 % en 2001.

Les entreprises se sont, de plus, impliquées dans la création de fondations sous autre statut juridique. Ainsi, plus de la moitié des fondations créées en 2009 comptent une entreprise parmi leurs membres fondateurs.

A l'inverse, le statut juridique des fonds de dotation semble moins séduire les entreprises, dont le dynamisme est avant tout le fait de particuliers, comme le montre la répartition pour les 271 dont les fondateurs sont connus.

Nature du fondateur	Nombre	%
Personne physique	156	58
Association	80	30
Entreprise	36	13
Etat, collectivités, établissements publics	4	1
Total	271	102 *

* Supérieur à 100 % car un fonds de dotation peut compter plusieurs types de fondateurs.

Nature des fondateurs

Source : Centre Français des Fondations et Fondation de France, 2011

Les sommes affectées à ces fonds sont encore assez "discrètes". En effet, comme le permet la loi, 43 % des fonds sont créés sans capital initial et 38 % ont un capital initial inférieur à 200 000 euros. Seuls 19 % ont un capital initial supérieur ou égal à cette somme (dont 12 % d'un million et plus)⁸.

Sur les 36 fonds créés par des entreprises, on connaît le montant des actifs pour 18 d'entre eux. Il en ressort qu'un tiers de ces fonds est créé sans capital initial. A l'inverse, ceux dont le capital est supérieur à 100 000 euros représentent près de 30 %.

I.1.3. Le mécénat d'entreprise au niveau international

I.1.3.1. En Europe

Dans les années 2000 en Europe, plusieurs Etats ont revisité ou se sont dotés d'un dispositif juridique et fiscal d'incitation au mécénat des particuliers et des entreprises. Comme dans le système français, ce dispositif s'appuie sur une défiscalisation, souvent accompagnée d'une simplification du régime juridique des fondations et associations.

En Allemagne, une loi votée en 2000 renforce les déductions fiscales (10 % du don déductible des bénéficiaires avant impôts ou sur l'assiette de calcul de la taxe professionnelle, plafonné à 0,02 % du chiffre d'affaire). En 2007, cette déduction passe à 20 % et le plafond à 0,04 %. Sous certaines conditions, l'entreprise peut bénéficier de déductions supplémentaires de 20 000 à 300 000 euros lorsque les dons sont faits à des fondations. Il est à noter que le mécénat de compétences et le mécénat en nature n'est pas concerné par cette défiscalisation. Dans le même temps, une loi assouplit les conditions de création et de gouvernance des fondations. Ces deux réformes se sont traduites par une augmentation importante de la création des fondations d'entreprises : de 181 créations en 1990, on en recense 829 en 2001. Aujourd'hui, les fondations d'entreprises représentent près de 10 % des fondations allemandes (près de 1 500 sur un total de 17 300 fondations).

En Italie, l'incitation fiscale qui existait depuis 1986 a été renforcée en 2000. Elle permet aux entreprises de déduire l'intégralité du don du bénéfice imposable, avec un plafond de 2 %. Au niveau national, lorsque le montant cumulé des dons (entreprises et particuliers) dépasse une somme fixée annuellement par l'Etat, les bénéficiaires reversent une partie au trésor public (cette somme était de 51 700 000 euros en 2003).

⁸ Analyse portant sur 36 fonds de dotation dont on connaît la dotation initiale.

Comme en Allemagne, ce dispositif a été complété par une loi en date du 10 février 2000, qui simplifie la procédure de reconnaissance des associations et des fondations.

Au Royaume-Uni, le dispositif de défiscalisation a été révisé en 2000. Le montant du don peut être intégralement déduit du résultat global de l'entreprise avant imposition. Comme en France, cette déduction est subordonnée au caractère limité des contreparties fournies par le bénéficiaire au donateur. Un barème est strictement défini et s'applique à la fois aux dons des particuliers et des entreprises.

Montant du don	Valeur maximale de la contrepartie
Inférieur à 100 £	25 % du montant du don
Entre 101 et 1 000 £	25 £
Entre 1001 et 10 000 £	2,5 % du montant du don
Supérieur à 10 000 £	250 £

I.1.3.2. Aux Etats-Unis

Aux Etats-Unis, si la philanthropie est beaucoup plus développée qu'en France, elle est avant tout le fait des particuliers et notamment des fondations créées par les grandes fortunes du pays, dont les exemples les plus connus sont la fondation Andrew Carnegie, pionnier en la matière (créée au début du XX^{ème} siècle) ou, plus récemment, la fondation Bill et Melinda Gates. Le mécénat d'entreprise ne représentait en 2007 que 3 % des sommes globales (9,2 milliards de dollars en 2007, auxquels il faut ajouter 4,4 milliards de dollars de dons effectués par plus de 2 500 fondations créées par les entreprises).

Si les premières *community foundations* ont vu le jour à la fin du XIX^{ème} siècle (regroupant les entreprises souhaitant faire des dons pour dynamiser le territoire sur lequel elle intervenait), le mécénat d'entreprise ou *corporate philanthropy* a longtemps été juridiquement freiné par l'arrêt *Dodge vs Ford* de 1919. Des actionnaires de Ford avaient porté plainte contre Ford, estimant que les dons effectués par l'entreprise devaient prioritairement être reversés sous forme de dividendes aux actionnaires.

Malgré cette décision de justice, la *corporate philanthropy* se développe, sous l'impulsion de grands groupes industriels américains. Suite à la crise de 1929, l'administration Roosevelt met en place, par le vote de l'*Internal revenue Act* en 1936, un premier régime de défiscalisation pour les entreprises qui effectuent des dons philanthropiques. En 1952, l'arrêt *Smith Co vs Barlow* rendu par la cour suprême du New Jersey reconnaît les devoirs sociaux des entreprises et autorise les dons d'entreprises au secteur à but non lucratif. Le principal blocage juridique levé, le mécénat des entreprises américaines connaît un fort développement. Leurs contributions passent de 252 millions à 495 millions de dollars en 3 ans. Sur la même période, 620 fondations d'entreprises sont créées. En 1954, le régime de défiscalisation de l'Etat fédéral est renforcé et plus de trois quarts des Etats de l'Union se sont dotés d'un dispositif fiscal d'encouragement au mécénat pour les entreprises.

Les années 80 sont marquées par une augmentation significative de la *corporate philanthropy*, due notamment à la structuration et la professionnalisation de services de mécénat au sein des entreprises, le montant des dons passant de 2,3 milliards de dollars en 1980, à plus de 4 milliards quatre ans plus tard. Elle s'institutionnalise dans les années 2000. La promotion est encouragée par le Comitee Encouraging Corporate

Philanthropy (CECP), qui crée notamment un "*corporate philanthropy day*", organisé le 28 février de chaque année.

Aujourd'hui, le dispositif fiscal fédéral américain permet à une entreprise de déduire les dons du résultat imposable, plafonné à 10 % (20 % pour les dons faits aux fondations sous certaines conditions).

Provenance des dons	%	Total (en milliards de dollars)
Particuliers	74	226
Fondations (particuliers, entreprise, communautaire)	14	43
Legs	8	25
Entreprises	3	9
Autre	1	3
Total	100	306

Répartition des dons financiers par donateurs aux Etats-Unis en 2007

Source : *Rockefeller Philanthropy Advisors, 2008*

I.2. L'ACTIVITE DES MEDiateURS

Une défiscalisation intéressante alliée à une sécurisation juridique a favorisé la promotion du mécénat d'entreprise, qui est assurée par des initiatives associatives, ainsi que par certains ministères. On voit aussi apparaître des cabinets de conseil aux entreprises qui se spécialisent dans ce domaine.

I.2.1. Les initiatives privées

I.2.1.1. L'Association pour le Développement de Mécénat Industriel et Commercial (ADMICAL)

Précurseur de cette démarche, ADMICAL est une association indépendante fondée en 1979 pour promouvoir et développer le mécénat d'entreprise. L'un des fondateurs historiques est Jacques RIGAUD, ancien PDG du groupe RTL.

Reconnue d'utilité publique en 1992, ADMICAL a plusieurs missions :

Elle représente les entreprises mécènes auprès des médias et des pouvoirs publics (près de deux cents entreprises sont aujourd'hui membres de l'association) et travaille à l'amélioration du cadre juridique et fiscal du mécénat. Certaines de ses propositions sont à l'origine de la loi du 1^{er} août 2003.

Elle anime un réseau d'échange d'expériences. Tous les deux ans, elle organise les "assises du mécénat", temps fort d'échanges et de réflexion sur le mécénat d'entreprise. Les "oscar du mécénat" récompensent tous les ans les entreprises dont la politique du mécénat est jugée exemplaire. Pour renforcer son action sur le terrain, l'association s'appuie sur un réseau de correspondants régionaux bénévoles. L'association mène, en partenariat avec les CCI, des enquêtes sur le mécénat d'entreprise au niveau local. Les résultats font l'objet d'une présentation auprès des acteurs de terrains et des entreprises, permettant souvent d'engager une action de promotion ou de structuration locale du mécénat d'entreprise. Ce type d'action a déjà

été initié en Alsace, Bretagne, Nord Pas de Calais, Loire Atlantique et Rhône-Alpes et Haute Garonne.

ADMICAL est aussi un centre de ressources sur le mécénat. Elle a publié un guide juridique et fiscal, édite un répertoire annuel du mécénat d'entreprise, diffuse auprès de ses adhérents et abonnés le mensuel d'information "entreprises et mécénat". Depuis 1986, l'association réalise tous les deux ans une enquête présentant le bilan et les principales évolutions du mécénat d'entreprise en France. La dernière enquête, menée en collaboration avec le CSA a été publiée en 2010. En 2009, ADMICAL a mené une enquête pour connaître l'impact de la crise sur l'évolution des politiques des entreprises mécènes.

Enfin, l'association organise régulièrement des sessions de formations et d'informations à destination des entreprises qui souhaitent développer le mécénat et des porteurs de projets qui souhaitent y faire appel.

ADMICAL est aujourd'hui présidée est Olivier TCHERNIAK, président de la fondation Orange. La déléguée générale est Bénédicte MENENTEAU.

I.2.1.2. Le Rayonnement des Associations par le Mécénat d'Entreprises d'Administrations et d'Universités (RAMEAU)

Créée en 2006, l'association d'intérêt général RAMEAU se fixe comme objectif de mener une réflexion avec les associations et les entreprises sur leurs partenariats réciproques, dans le cadre d'une triple problématique : la fin de l'Etat providence exige de réinventer le modèle de l'intérêt général en France, le secteur associatif a besoin de partenariats privés pour construire son action, les entreprises peuvent s'appuyer sur les acteurs de terrain pour renforcer leur action sociétale.

L'association s'est dotée d'un conseil d'orientation composé de représentants d'associations et d'entreprises, ainsi que d'une charte éthique d'intervention.

Le RAMEAU est à la fois un observatoire, un lieu de réflexion prospective, véritable "think tank" composé d'associations et d'entreprises, un laboratoire d'expérimentations de collaborations innovantes entre les associations et les entreprises.

Il pilote l'observatoire national des partenariats associations/entreprises, mis en œuvre dans le cadre d'un large partenariat avec l'Association de Valorisation des Initiatives Socio-Economiques (AVISE), la Conférence Permanente des Coordinations Associatives (CPCA), la Caisse des Dépôts, le Chorum Initiatives pour le Développement de l'Economie Sociale (CIDES), le Centre Français des Fondations (CFF), IMS entreprendre pour la cité, le MEDEF et Syntec Conseil en management. Dispositif de veille permanente autour de quatre objectifs (qualifier les enjeux réciproques des associations et des entreprises, cartographier les partenariats existants en France, animer une réflexion sur l'évolution des pratiques, diffuser les méthodes, outils et cas concrets au plus grand nombre pour favoriser le développement de ces relations en France), l'observatoire s'organise autour de trois axes :

- Produire, actualiser et analyser un état des lieux de la perception des acteurs sur les relations associations/entreprises. Le RAMEAU pilote dans ce cadre un programme quinquennal d'études intitulé "Analyse des Relations et des Partenariats entre les Entreprises et les Associations (ARPEA)". Une dizaine d'études doivent permettre à terme d'avoir un regard croisé sur la relation entre les associations et les

entreprises. Quatre d'entre elles ont déjà été publiées (le regard des citoyens, des grandes entreprises, des PME, des associations). Elles doivent être complétées par celles concernant les collectivités territoriales, les syndicats et professionnels, le monde académique, les territoires.

- Recenser les cas pratiques pour illustrer la diversité des réponses existantes. L'observatoire s'est doté, à cet effet, d'une bibliothèque recensant près de 300 cas pratiques de démarches de relations associations/entreprise.
- Depuis 2010, l'observatoire initie, recense et participe à des approches territoriales. A titre d'exemple, en 2010, dans le cadre d'un partenariat avec Alsace Active, le RAMEAU a participé à une étude sur les relations entreprises/associations en Alsace.

I.2.1.3. Le site mecenova.org

En 1986, Claude BEBEAR, Président d'AXA, et quelques chefs d'entreprises créent l'association l'Institut du Mécénat Humanitaire (IMH), pour "accompagner les entreprises dans leur engagement sociétal", qui deviendra L'Institut du Mécénat Social (IMS) entreprendre pour la cité à la fin des années 80.

Avec le développement de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et la prise de conscience de certains dirigeants de la nécessité d'une réflexion de la sphère privée sur une démarché sociétale, l'action d'IMS prend une nouvelle ampleur et se développe autour de 5 thématiques (diversité dans l'entreprise, accès pour tous à un emploi, égalité des chances dans l'éducation, démarches de solidarité, développement du business inclusif). Un des objectifs de l'association, qui fédère aujourd'hui 200 entreprises, est de développer le mécénat humanitaire et social aux côtés du mécénat culturel. Une équipe "mécénat et partenariats solidaires" est spécifiquement chargée de mener une réflexion sur l'engagement sociétal des entreprises par le mécénat.

Emanation de l'association, le site mecenova.org est né en janvier 2010, pour créer un lieu virtuel de rencontres entre les associations qui cherchent à financer leurs actions et les entreprises qui souhaitent développer une politique de mécénat. Le site propose aux entreprises qui le souhaitent de présenter leur politique de mécénat (structuration juridique du mécénat de l'entreprise, domaines d'activités soutenus et publics bénéficiaires, démarches à entreprendre pour formaliser une demande, contacts éventuels...). Près d'une centaine d'entreprises ont déjà effectué cette démarche. Les associations qui s'y inscrivent présentent leur organisation (date de création, nombre de salariés et d'adhérents, budget global, titulaires ou non du rescrit fiscal) et leurs activités. Elles précisent ensuite sur quels projets elles souhaitent obtenir le soutien des entreprises et la nature de ce soutien (mécénat en financier, en nature, de compétences, technologique, soutien en matière de communication, partenariat). Près de 600 associations ont déjà rempli cette formalité. Cette double base, interrogeable par thème, doit favoriser le rapprochement entre les entreprises et les associations. Le site propose aussi une documentation actualisée sur le mécénat, ainsi qu'un annuaire d'experts. Enfin, le site relaie les nombreux appels à projets lancés par des fondations d'entreprises.

En 2011, les premiers trophées Mécénova ont été organisés, récompensant les entreprises qui mobilisent leurs salariés pour l'éducation et l'accès à l'emploi (5 catégories : grandes entreprises, PME, pionniers, espoirs et coups de cœur du jury).

I.2.2. L'action des pouvoirs publics

Depuis la mise en œuvre de la loi du 1^{er} août 2003, les pouvoirs publics, principalement les ministères directement concernés par le mécénat, se mobilisent pour promouvoir cette loi. Ainsi, le ministère de la jeunesse et des solidarités actives a publié le "guide du mécénat : entreprises et associations". Uniquement axé sur l'aspect fiscal du mécénat, ce guide présente très précisément le cadre juridique et le dispositif fiscal, ainsi que des cas pratiques illustrant la déduction d'impôts à laquelle ont droit les entreprises. Les annexes présentent de façon exhaustive les lois et textes fiscaux qui régissent le mécénat, ainsi que les sites sur lesquels il est possible de trouver un complément d'information ou les documents nécessaires pour sécuriser la défiscalisation.

Le ministère de la culture et celui de l'environnement et du développement durable ont structuré une véritable démarche d'accompagnement du mécénat par la création de missions spécifiquement dédiées.

I.2.2.1. La mission mécénat du ministère de la culture

La mission mécénat du ministère de la culture et de la communication a été créée en 2003 pour accompagner et promouvoir le développement de la loi Aillagon. Dirigée depuis 2005 par Robert FOHR, elle est rattachée à la direction générale des médias et des industries culturelles, sous direction du développement de l'économie culturelle.

Son rôle est de :

- coordonner et de professionnaliser l'action du ministère et des acteurs culturels en matière du mécénat,
- évaluer les services du ministère et des établissements dans ces activités,
- diffuser les nouvelles dispositions législatives et réglementaires auprès de ses partenaires,
- proposer des évolutions de la loi dans le cadre de l'harmonisation européenne des législations,
- développer et animer le "cercle des mécènes et donateurs" du ministère,
- susciter et aider à la création de fondations.

La mission participe à la préparation des nouvelles mesures juridiques et fiscales du mécénat et des fondations qu'elle est ensuite chargée de diffuser le plus largement possible auprès des acteurs.

Elle organise des colloques et des réunions d'information sur le mécénat, favorisant la rencontre et la réflexion entre acteurs économiques et responsables culturels. Elle participe à la recherche de mécènes sur certains projets nationaux de grande envergure (comme l'acquisition par Le Louvre des "trois grâces" de Lucas GRANACH en 2009 qui, grâce à plus de 5 000 donateurs, a pu réunir le million d'euros manquant). La mission anime et coordonne le cercle des mécènes du ministère de la culture, composé de mécènes (pour les personnes morales) et de donateurs (pour les personnes physiques), dont les actes de soutien et de générosité contribuent au développement culturel du pays.

La mission fait vivre les partenariats établis par le ministère de la culture avec l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI), le conseil supérieur du notariat et l'ordre des experts-comptables (voir ci-dessous).

Pour renforcer son intervention au niveau des territoires, la mission anime un réseau de correspondants mécénat. Nommés dans chacune des Directions Régionales des Affaires Culturelles, ils sont chargés d'informer et de promouvoir le mécénat culturel à l'échelon régional. Depuis 2010, ces chargés de mission doivent, quand cela est possible, mettre en place des outils favorisant l'organisation collective du mécénat, notamment en organisant des "missions mécénat", fédérant les partenariats initiés par la mission mécénat (ordre des experts-comptables, ordre des notaires, CCI).

1.2.2.2. La mission mécénat au sein du ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement

Installée au sein de la délégation au développement durable du Commissariat Général au Développement Durable (CGDD), la mission mécénat a été créée en 2010 dans le prolongement du Grenelle de l'environnement et fait suite à deux rapports du ministère de l'environnement qui montraient l'actualité de cette question⁹. L'objectif est de favoriser le rapprochement entre les entreprises et les acteurs de l'environnement pour mettre en œuvre des projets de développement durable.

Son travail s'articule autour de 4 axes :

- la promotion du mécénat auprès des porteurs de projets et des entreprises,
- la mise en relation des acteurs et partenaires potentiels,
- la création et la mise à disposition d'outils pratiques pour développer le mécénat,
- la promotion de certaines thématiques définies comme prioritaires.

La mission souhaite privilégier les actions de mécénat dans les domaines de la sauvegarde de la biodiversité, la préservation de la faune et de la flore, la protection des milieux et des équilibres naturels des espèces, la lutte contre la pollution et les nuisances, la prévention des risques naturels et technologiques, le soutien à l'acquisition de terrains et l'entretien des sites, l'amélioration du cadre de vie en milieu urbain et rural, les actions de croisement avec la culture et le social, la diffusion de la connaissance et de la recherche.

Elle s'appuie sur un portail internet dédié spécifiquement au mécénat environnemental, accessible sur le site du ministère de l'écologie www.mecenat.developpement-durable.gouv.fr. Composé de 7 rubriques (actualité et événements, les projets en recherche de mécénat, la mission mécénat d'entreprise pour le développement durable, le mécénat, la législation, les contacts et les réseaux, documentation), ce portail est une plate-forme d'information et d'échanges sur le mécénat environnemental, favorisant la relation entre porteurs de projets et entreprises.

La mission a publié un "guide pratique juridique et fiscal du mécénat d'entreprise pour l'environnement et le développement durable" destiné aux porteurs de projets et aux entreprises.

⁹ Dominique LEGRAIN, "L'environnement, nouvel enjeu pour le mécénat d'entreprise", Inspection Générale de l'Environnement, 2007. "Le mécénat d'entreprise, moteur du développement durable", Inspection Générale de l'Environnement, 2009.

En 2010, le ministère a décerné les premiers trophées du mécénat d'entreprise pour l'environnement et le développement durable, qui valorisent les partenariats innovants dans le domaine du mécénat environnemental. Le concours était ouvert à tous les couples entreprises/porteurs de projets ayant mis en place une stratégie de mécénat et développé un ou plusieurs projets. Six catégories de prix ont été décernés en 2010 (4 thématiques : biodiversité, milieu marin, environnement -solidarité, nature et handicap, et 2 prix spéciaux : mécénat de compétence, éducation et formation).

Comme son homologue au sein du ministère de la culture, la mission s'appuie sur un réseau de correspondants territoriaux "mécénat" placés au sein de chaque Direction Régionale de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement (DREAL). Ils assurent le développement du mécénat de proximité, sont chargés de développer les relations entre porteurs de projets et entreprises mécènes, assurent une information sur le mécénat environnemental.

Enfin, la mission est chargée de faire vivre la charte pour le mécénat environnemental signée entre le ministère et l'ACFCI le 25 mai 2010 (voir ci-dessous).

I.2.3. L'implication des entreprises et de leurs partenaires

Pour développer le mécénat, les pouvoirs publics multiplient les contacts et les partenariats avec le monde de l'entreprise. La mission mécénat du ministère de la culture a ainsi engagé des démarches partenariales avec les Chambres de Commerce, les experts-comptables et les notaires, suivie par le ministère de l'écologie en 2010.

I.2.3.1. Les Chambres de Commerce et d'Industrie

L'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI) est un établissement national fédérant et animant les Chambres de Commerce et d'Industrie sur tout le territoire national. Elle est signataire de deux chartes de développement du mécénat avec les ministères de la culture et de la communication et de l'environnement.

La charte signée avec le ministère de la culture : une première charte avait été signée en mars 2005 dans le prolongement de la loi du 1^{er} août 2003 pour en assurer la promotion auprès des entreprises et particulièrement des PME. Elle prévoyait la nomination d'un correspondant mécénat dans chaque CCI, chargé notamment de promouvoir les dispositifs fiscaux de la loi du 1^{er} août 2003 auprès des ressortissants. Les CCI s'engageaient à favoriser les contacts entre les entreprises et les acteurs culturels de leur territoire et communiquer sur les expériences réussies de partenariat. A ce jour près de 75 correspondants mécénat ont été nommés et cette convention nationale a fait l'objet de déclinaisons territoriales entre la DRAC et les CCI de certaines régions. L'ACFCI a publié un dossier de communication présentant la loi du 1^{er} août 2003, envoyée dans toutes les CCI. Un document commun d'information élaboré conjointement par l'ACFCI et le ministère de la culture a été publié¹⁰. Enfin, l'ACFCI et la mission mécénat du ministère de la culture ont assuré des réunions d'animation du réseau de correspondants au sein des CCI et des ministères.

En avril 2010, l'ACFCI et le ministère de la culture ont signé une nouvelle charte nationale pour le développement du mécénat culturel pour une durée de cinq ans.

¹⁰ "Mécénat culturel : mettez votre entreprise sur le devant de la scène".

Outre la continuation des actions d'information et de promotion du mécénat culturel sur les territoires, elle prévoit, quand cela est possible, une déclinaison régionale de la charte, signée entre les CCI et la DRAC, ainsi qu'une sensibilisation au mécénat dans les réseaux d'écoles liés aux CCI.

La charte pour le développement du mécénat environnemental, signée en avril 2010 entre l'ACFCI et le ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de la mer, prévoit la désignation de correspondants mécénat au sein des CCIR, interlocuteurs privilégiés des correspondants nommés au sein de chaque DREAL. Ils assurent une mission de promotion du mécénat environnemental et proposent une information aux entreprises sur les dispositifs juridiques et fiscaux issus de la loi du 1^{er} août 2003. Par leur action, ils favorisent les relations entre la CCIR et les acteurs de l'environnement et du développement durable, entre les entreprises et les porteurs de projets.

Au-delà de la signature de ces chartes, certaines CCI sont souvent à l'origine d'expériences innovantes concernant le mécénat (dans le Maine et Loire, création de la fondation "Mécènes et Loire" regroupant plusieurs entreprises, soutien à la création de clubs d'entreprises mécènes...) ou parties prenantes dans des expérimentations régionales (participation aux pôles mécénat en Bretagne, Picardie, Bourgogne...).

I.2.3.2. L'ordre des notaires

Dans la même logique que la charte signée avec les CCI, le ministère de la culture et de la communication a contractualisé en octobre 2005 un protocole national avec le Conseil Supérieur du notariat, au terme duquel un correspondant mécénat doit être nommé dans chaque chambre des notaires. Sa mission est de faire connaître auprès des chefs d'entreprises, des élus et des particuliers les dispositifs juridiques et fiscaux concernant le mécénat. 82 ont déjà été nommés. Un document d'information rédigé conjointement par le ministère de la culture et le conseil supérieur des notaires a été publié¹¹ et diffusé dans toutes les chambres des notaires. Dans certaines régions (comme en Picardie ou en Midi-Pyrénées), ce protocole a fait l'objet d'une déclinaison régionale signée par la DRAC et les chambres des notaires. Le réseau des correspondants des notaires et des correspondants de la DRAC ont pu, dans le cadre d'une animation conjointe organisée par le ministère et le conseil supérieur du notariat, participer à des réunions d'information et de formation.

Le 9 juin 2010, un nouveau protocole d'une durée de 5 ans a été signé entre les deux partenaires. Comme la charte des CCI, il prévoit, autant que faire se peut, la déclinaison régionale du protocole national, l'organisation d'actions favorisant le mécénat collectif comme la mise en œuvre de pôle mécénat, l'organisation de rencontres territoriales de promotion du mécénat. Ce protocole doit aussi être l'occasion de développer des micro-projets territoriaux, innovant en matière de mécénat.

I.2.3.3. L'ordre des experts-comptables

Le premier protocole signé en novembre 2006 entre l'ordre national des experts-comptables et le ministère de la culture, prévoyait la nomination de correspondants mécénat au sein de chaque ordre régional des experts-comptables. Les missions

¹¹ "Le mécénat culturel, une démarche à la portée de tous".

étaient sensiblement les mêmes que celles données aux correspondants des notaires. Ils devaient, en plus de la promotion du mécénat culturel et de l'information sur le cadre juridique et fiscal du mécénat, accompagner et "tutorer" les établissements culturels dans leur politique de recherche de mécénat. 23 correspondants ont pu être nommés dans les conseils régionaux de l'ordre, 8 conventions territoriales ont été signées et l'ordre national a participé à la réalisation de la publication "mécénat culturel : mettez votre entreprise sur le devant de la scène" avec le ministère de la culture et l'ACFCI, largement diffusée dans les régions. L'ordre a, de plus, organisé une action nationale de communication sur le mécénat (le tour de France du mécénat).

Dans le cadre du renouvellement de ce protocole, intervenu en février 2010, pour une durée de 5 ans, l'ordre national des experts-comptables a publié un "guide pratique du mécénat" à destination des experts-comptables, faisant un point précis sur les dispositions juridiques et fiscales du mécénat. Il a aussi créé un site internet dédié spécifiquement au mécénat d'entreprise (le site ambition mécénat). Comme les autres protocoles, celui des experts-comptables prévoit l'amplification de l'information sur le mécénat, ainsi que la participation des correspondants mécénat des experts-comptables aux initiatives destinées à favoriser le développement du mécénat collectif.

I.2.4. La professionnalisation des fonctions de recherche de mécènes

I.2.4.1. L'action des accompagnateurs associatifs

Dans certaines régions, les Dispositifs Locaux d'Accompagnement (DLA) à la vie associative, les Chambres Régionales de l'Economie Sociale et Solidaire (CRESS), mènent des actions d'information et d'accompagnement des structures dans leur recherche de mécénat. Ainsi, la CRESS du Nord-Pas-de-Calais publie un "guide du mécénat : outil d'aide à la demande de financement pour les associations". Il propose une boîte à outils à destination des entreprises et des associations (information sur le dispositif juridique et fiscal, les avantages du mécénat, la démarche à suivre selon que l'on est une entreprise ou une association). Le guide propose des documents-type permettant aux associations d'engager et de sécuriser la démarche (modèle de présentation de l'association et du projet, convention, type de mécénat, différents formulaires sécurisant la défiscalisation pour l'entreprise, demande de rescrit fiscal, attestation de reçus de dons...).

I.2.4.2. Le Certificat Français de Fundraising (CFF)

Le CFF a été créé en 2004 dans le cadre d'un partenariat entre l'Association Française des Fundraisers (AFF) et l'Institut de l'Innovation et de l'Entreprenariat Social (IIES) de l'ESSEC. Formation professionnalisante reconnue au niveau européen par la profession des fundraisers, le CFF propose une douzaine de journées de formation permettant aux participants de professionnaliser les démarches et de se faire accompagner par un tuteur tout au long de leur projet de recherche de fonds.

I.2.4.3. La Chaire Philanthropie de l'ESSEC

La Chaire Philanthropie de l'ESSEC est une chaire de recherche créée en janvier 2011 au sein de l'IIES de l'ESSEC, à l'initiative de trois co-fondateurs impliqués dans la

philanthropie (Jérôme KHOLLER, Jean-Pierre SCOTTI et Antoine VACCARO), en partenariat avec BNP PARIBAS Wealth management et le cabinet KPMG. Elle bénéficie du soutien financier de la Fondation de France. Elle se donne pour objectif de contribuer "au renforcement de l'impact social des acteurs philanthropiques (philanthropes individuels, entreprises mécènes, fondations, fonds d'investissement à vocation sociale) par la production et la diffusion de connaissances sur la philanthropie en France et en Europe".

Cette chaire souhaite notamment contribuer, dans les prochaines années, à :

- développer les connaissances sur les spécificités de la (ou des) philanthropie(s) européenne(s),
- améliorer la prise en compte, par les intervenants philanthropiques, des enjeux de management de leurs initiatives (stratégie, gouvernance, gestion patrimoniale, etc.),
- renforcer la capacité des intervenants philanthropiques à mesurer l'efficacité et l'impact de leurs actions dans les différents domaines de l'intérêt général,
- proposer aux professeurs et enseignants un corpus de cas pédagogiques sur la philanthropie européenne, afin d'en faciliter l'enseignement.

La chaire se propose d'étudier avec les demandeurs potentiels la mise en œuvre d'une formation professionnelle sur mesure en fonction des besoins repérés.

I.3. LA MOTIVATION DES ENTREPRISES MECENES

Les motivations, les ressorts de la relation entre entreprises mécènes et porteurs de projets sont au cœur de la réflexion sur le mécénat. Plusieurs ouvrages, études et enquêtes se sont intéressés à la question. Dans un ouvrage paru en 2007¹², Virginie SEGHERS, rappelant que le mécénat d'entreprise est "à l'origine d'un lien social nouveau entre l'entreprise et son environnement", s'attache à mieux comprendre les motivations des entreprises qui s'y engagent. Elle rappelle qu'historiquement, le premier élan du mécénat en France dans les années 70-80 est lié à l'image que l'entreprise souhaitait donner d'elle-même, en associant notamment son nom à des manifestations gratifiantes. Ainsi, du simple concours financier relevant souvent du coup de cœur, le mécénat tend à devenir un outil de communication, porteur d'image pour l'entreprise. Dans les années 1990-2000, une crise de légitimité conjuguée à des attentes fortes des citoyens et des salariés vis-à-vis des entreprises incitent ces dernières à rechercher des engagements concrets dans la perspective d'exercer leur responsabilité sociale. Pour certaines d'entre elles, le mécénat devient un outil au service de la diplomatie de l'entreprise, par lequel cette dernière engage le dialogue avec les acteurs locaux et intervient sur son environnement. Le mécénat se développe et tend à se transformer, intégrant d'autres modalités que la contribution financière, comme le mécénat de compétence ou l'aide en nature.

Outil identitaire pour certains grands groupes, le mécénat est aussi porteur de valeurs pour les PME qui s'y engagent. C'est, de plus, un dispositif facile à gérer, dont l'impact en termes de communication est loin d'être négligeable.

¹² SEGHERS Virginie, "Ce qui motive les entreprises mécènes. Philanthropie ? Investissement ? Responsabilité sociale ?", Autrement.

I.3.1. Le renforcement des relations entreprises/associations

Les relations entre les entreprises et les associations ont évolué. En 2009, une enquête menée par l'ARPEA montrait que près de la moitié des associations déclaraient avoir noué des relations avec les entreprises. Les unes et les autres se considèrent aujourd'hui comme des partenaires légitimes. 52 % des associations, 80 % des grandes entreprises et 66 % des PME interrogées estimaient que ces relations devaient se développer dans un avenir proche¹³. Pour les PME, ce partenariat doit permettre de favoriser l'ancrage territorial, améliorer l'image de l'entreprise, ainsi que transmettre une expertise de l'association. Ces relations sont privilégiées dans trois domaines : l'environnement et le développement durable, l'éducation et la jeunesse, l'insertion professionnelle.

Ces partenariats se diversifient, allant du simple don financier à des collaborations plus structurantes comme le mécénat de compétences et le partenariat durable.

I.3.2. Le mécénat et la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE)

La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) est apparue dans les années 50 aux Etats-Unis (*Corporate Sociale Responsibility*) à partir de considérations éthiques et religieuses donnant lieu à des actions philanthropiques. Cette notion se développe dans les années 90 sous la pression d'organisations et de mouvements de la société civile et dans un contexte d'essor de la notion du développement durable. Les entreprises commencent à mesurer les effets de leurs activités sur l'environnement social et naturel et certaines intègrent alors l'atténuation de ces effets dans leur stratégie et leur gestion.

Par définition, la Responsabilité Sociale des Entreprises regroupe "les modalités de réponses de l'entreprise aux interpellations sociétales en produisant des stratégies, des dispositifs de management, de conduite de changement et des méthodes de pilotage, de contrôle d'évaluation et de reddition incorporant (du moins en principe) de nouvelles conceptions de performances"¹⁴. S'appuyant sur un certain nombre de textes fondateurs¹⁵, la RSE a connu en France une traduction législative dans le cadre de la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques du 15 mars 2001, au terme de laquelle les entreprises cotées au CAC 40 doivent publier un rapport annuel sur les conséquences environnementales et sociétales de leur activité. En 2010, la norme internationale ISO 26 000 définit les lignes directrices que doivent suivre les entreprises dans 7 grands domaines (gouvernance, droits de l'homme, relations et conditions de travail, environnement, bonnes pratiques des affaires, questions relatives aux consommateurs, engagement sociétal) pour s'engager dans une démarche de responsabilité sociale. Elle concerne toutes les parties prenantes de l'entreprise (Etat, clients, représentants du personnel, fournisseurs et sous-traitants, associations).

L'entreprise qui mène des actions de mécénat élabore une autre relation avec son environnement que celle établie dans le cadre de son activité. Le mécénat, outil

¹³ Enquête Analyse des Relations et des Partenariats entre Entreprises et Associations (ARPEA) : "Citoyens, entreprises, associations".

¹⁴ M. CAPRON, F. QUAIREL-LANOIZELEE, "La responsabilité sociale d'entreprise", La Découverte, 2007, P.16.

¹⁵ La déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, les conventions de l'OIT, la déclaration de Rio de 1992, le pacte mondial, Agenda 21, le programme d'actions adopté par le sommet de Johannesburg sur le développement durable.

opérationnel d'engagement vis-à-vis de la société, est parfois intégré aux chapitres "actions sociétales" ou "développement durable" des rapports annuels de la loi NRE. Ce lien entre la RSE et le mécénat explique pour partie l'évolution des causes soutenues par les entreprises (voir chapitre suivant). Ainsi, le soutien aux actions dans le domaine des solidarités est devenu une expression importante du volet "sociétal" du développement durable.

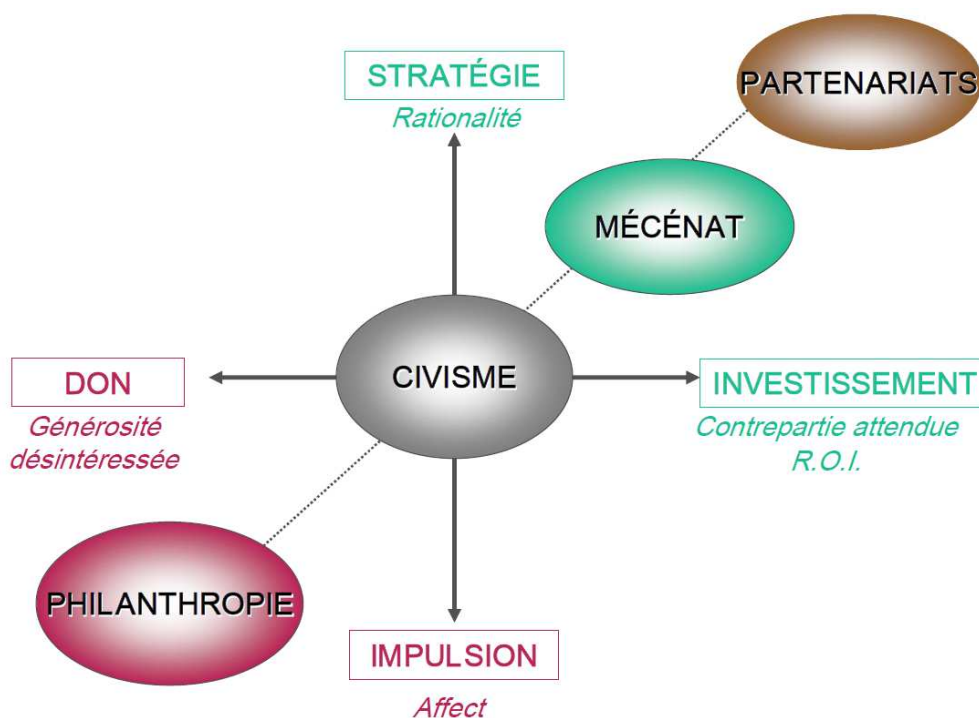
Ainsi, même s'il ne résume pas à lui seul la RSE, le mécénat en est une partie intégrante, dans une logique d'entreprise citoyenne.

I.3.3. La pratique du mécénat par les PME : l'enquête du CERPHI

Une enquête qualitative sur le développement des relations entre les entreprises et les PME a été présentée par le Centre de Recherche et d'étude sur la Philanthropie (CERPHI) au 4^{ème} forum national des associations et des fondations en octobre 2009. Le CERPHI a interrogé une trentaine de PME et d'entreprises intermédiaires (moins de 600 salariés) sur les relations qu'elles entretenaient ou souhaitaient entretenir avec les associations. Cette enquête explore les motivations, les obstacles et les freins de ces entreprises pour s'engager dans le mécénat et propose quelques pistes, notamment des leviers à activer pour les associations qui souhaitent engager un dialogue.

Plusieurs enseignements peuvent être tirés de cette étude :

① Les relations que les PME entretiennent avec les associations revêtent plusieurs formes qui vont de la simple philanthropie à un véritable partenariat, intégré au projet global de l'entreprise. La relation est d'autant plus structurée qu'elle est le fruit d'une stratégie raisonnée de l'entreprise sur laquelle elle communique plus facilement (voir graphique ci-dessous).



Centre d'Étude

Posture schématique des PME dans leurs relations avec les associations

Source : CERPHI - Enquête "Comment développer des relations avec les associations : le point de vue des PME" - Rapport d'études qualitative relation PME/associations - Octobre 2009

A ces différentes postures correspondent des pratiques variées :

- Le geste philanthropique, don à fonds perdus sans attente de contrepartie en retour, est une pratique largement répandue au sein des PME. Il est d'abord destiné aux petites actions de proximité, en réponse à une sollicitation directe d'associations ou de salariés de l'entreprise. L'entreprise ne communique pas sur ce don et ne le valorise pas en terme comptable.
- Le civisme -ou mécénat de solidarité- regroupe des opérations ponctuelles de mécénat non formalisés (dons financiers, mais aussi en nature ou de compétences), en réponse à des sollicitations de structures d'aide aux personnes en difficulté. Ce geste, vécu comme une contribution à l'amélioration des conditions de vie des citoyens, n'est pas considéré comme un acte de mécénat par l'entreprise ; il est donc rarement "défiscalisé" et ne fait pas ou peu l'objet de communication interne ou externe.
- Le "mécénat d'entreprise" se distingue des actions précédentes par sa dimension stratégique. L'opération de mécénat est l'aboutissement d'une réflexion, un engagement raisonné pour lequel l'entreprise attend une contrepartie et des bénéfices en termes d'impact sur sa réputation. Elle doit permettre de développer, dynamiser un réseau relationnel, favoriser les rencontres (notamment dans le cadre des évènementiels organisés par le porteur du projet). Les contreparties négociées (places gratuites, invitations aux inaugurations...) servent d'outils de communication auprès des parties prenantes de l'entreprise (salariés, clients, fournisseurs...). On est dans une logique "gagnant-gagnant". L'action soutenue est alors souvent en lien avec l'activité de l'entreprise. L'investissement est officiellement comptabilisé au titre du mécénat. Cette relation, dans sa version la plus aboutie, prend la forme d'un partenariat plus structuré dans lequel l'investissement de l'entreprise peut être multiforme (financier, nature, compétences).

② Le dirigeant de l'entreprise est, quel que soit le type de relations, le pivot décisionnel, voire parfois le seul et unique décideur de l'engagement de l'entreprise dans une collaboration avec une association. On est dans ce cas précis dans une logique de donateur privé transposée (l'entreprise donne aux associations relevant de la sensibilité du chef d'entreprise) qui, si elle rejoint les préoccupations de l'entreprise, peut déboucher sur l'élaboration d'une stratégie de partenariat plus structurée.

③ Le dispositif fiscal et la mobilisation des salariés autour d'un projet fédérateur ne sont pas, pour les chefs d'entreprises interrogés, des leviers déterminants d'engagement de l'entreprise dans une politique de mécénat. La défiscalisation, perçue comme un bénéfice secondaire, permet tout au plus d'augmenter l'investissement initial. La communication interne sur un projet que soutient l'entreprise est loin d'être systématique et l'impact que pourrait avoir un partenariat associatif sur le climat social de l'entreprise est rarement évoqué.

④ Le principal levier d'adhésion du chef d'entreprise est le relationnel. L'écoute est ainsi plus attentive lorsque le projet est présenté et défendu par des membres qui font partie de ses propres réseaux, lorsque la sollicitation émane de salariés de l'entreprise ou quand le projet bénéficie de l'intermédiation de personnalités influentes (décideurs, donneurs d'ordre, élus...).

⑤ Des freins sectoriels et structurels vis-à-vis du partenariat associatif persistent. La bonne santé financière de l'entreprise est la condition incontournable de l'engagement des entreprises. Celles dont la clientèle finale est le grand public sont

plus enclines à mettre en œuvre une démarche de mécénat, porteuse d'image pour l'entreprise.

Certains freins sont plus "psychologiques" : pour les PME, le mécénat reste l'affaire des grandes entreprises, vers lesquelles se tournent les grosses associations, tandis qu'elles soutiennent les associations et les projets locaux dans une logique plus "philanthropique".

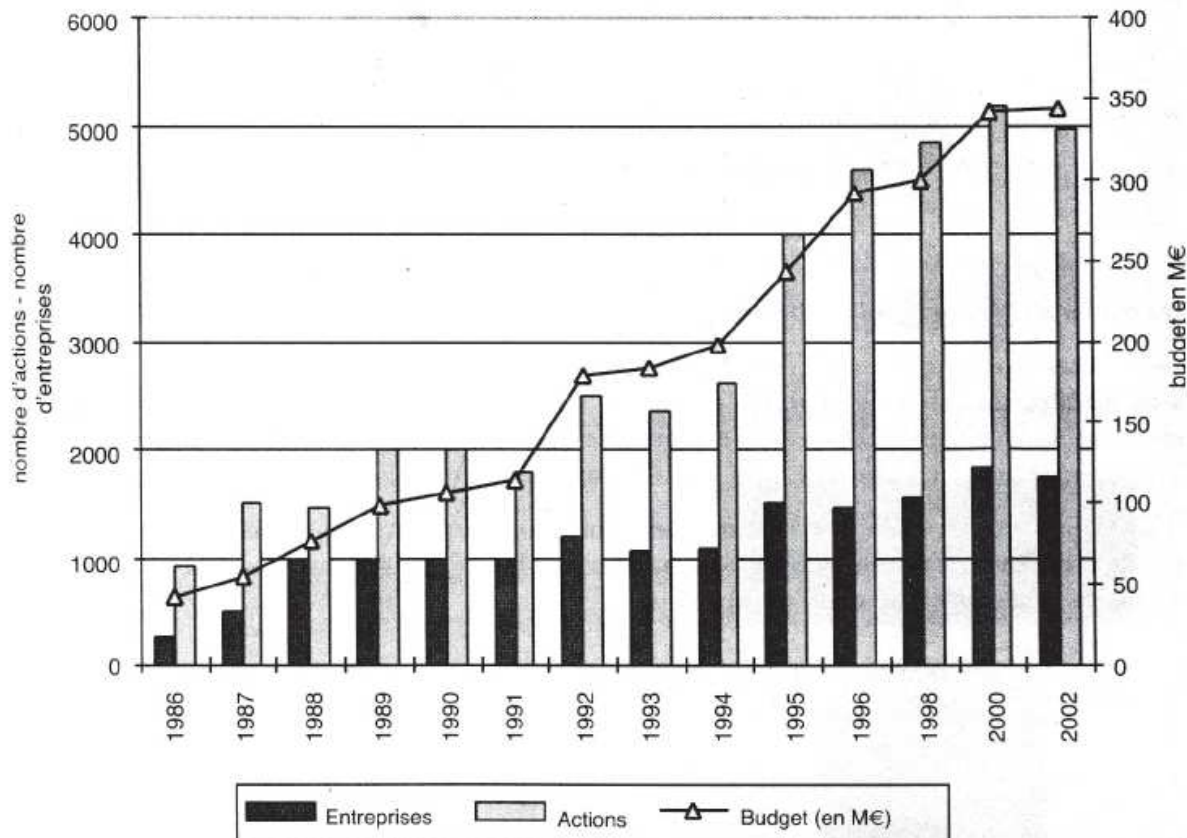
Enfin, certains freins sont de nature "idéologiques" encore marqués par les préjugés. Pour la majorité des chefs d'entreprise interrogés, le secteur associatif manque de structuration, de clarté et de lisibilité et son financement relève d'abord de la sphère publique.

I.4. L'EVOLUTION RECENTE DU MECENAT D'ENTREPRISE

Le mécénat d'entreprise est marqué par le développement pratiquement ininterrompu de son budget global et du nombre d'entreprises qui s'y engagent. Parallèlement, il connaît de profondes évolutions et des bouleversements importants tant dans les caractéristiques des entreprises mécènes que dans les causes soutenues et les pratiques mises en œuvre.

I.4.1. Les moyens financiers

I.4.1.1. Des moyens en constante progression

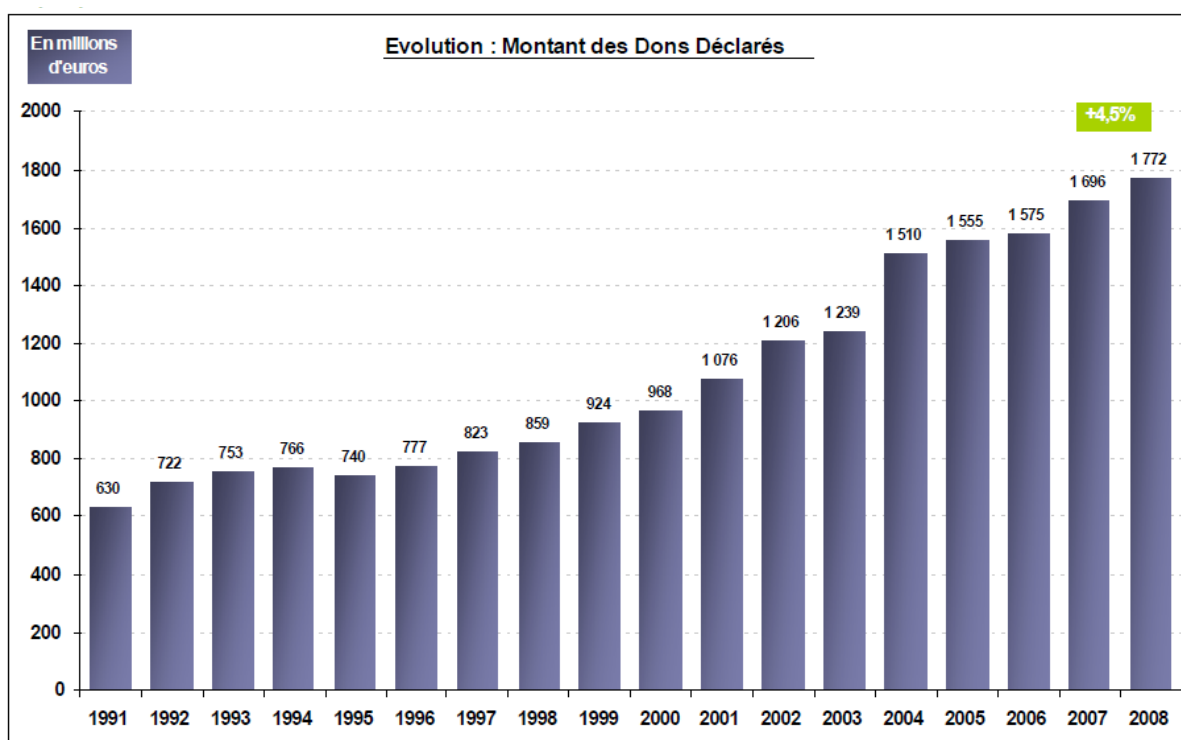


Progression du budget global du mécénat d'entreprise en France (1986-2002)

Source : Répertoire du mécénat d'entreprise 2004 - ADMICAL

Les enquêtes menées tous les deux ans par ADMICAL permettent de connaître dans ses grandes lignes l'évolution du mécénat d'entreprise. Elles font état d'une progression constante du budget global alloué au mécénat, qui passe de 50 millions d'euros en 1986 à 350 millions d'euros en 2002. A partir de 2006, ADMICAL collabore avec le CSA et change ses modalités de recensement, ce qui rend difficile la comparaison avec les résultats des années précédentes. Toutefois le budget, alors estimé à un milliard d'euros, maintient sa progression, liée aux premiers effets de la loi du 1^{er} août 2003 ainsi qu'à une forte mobilisation des particuliers et des entreprises lors du tsunami survenu en 2004 en Asie. En 2008, le budget global passe à 2,5 milliards, confirmant ainsi l'augmentation ininterrompue depuis la première enquête.

Le don de particuliers faits aux associations et fondations suit la même tendance. Dans le cadre de son observatoire de la générosité, le CERPHI analyse les dons effectués par les français enregistrés dans la déclaration fiscale de l'année précédant l'étude¹⁶. Ainsi, le don financier des particuliers représente 1 772 millions d'euros en 2008, en constante progression depuis 1991. Il concerne 14,5 % des foyers fiscaux français (5 296 000 foyers, dont 1 132 000 qui ne sont pas imposables).



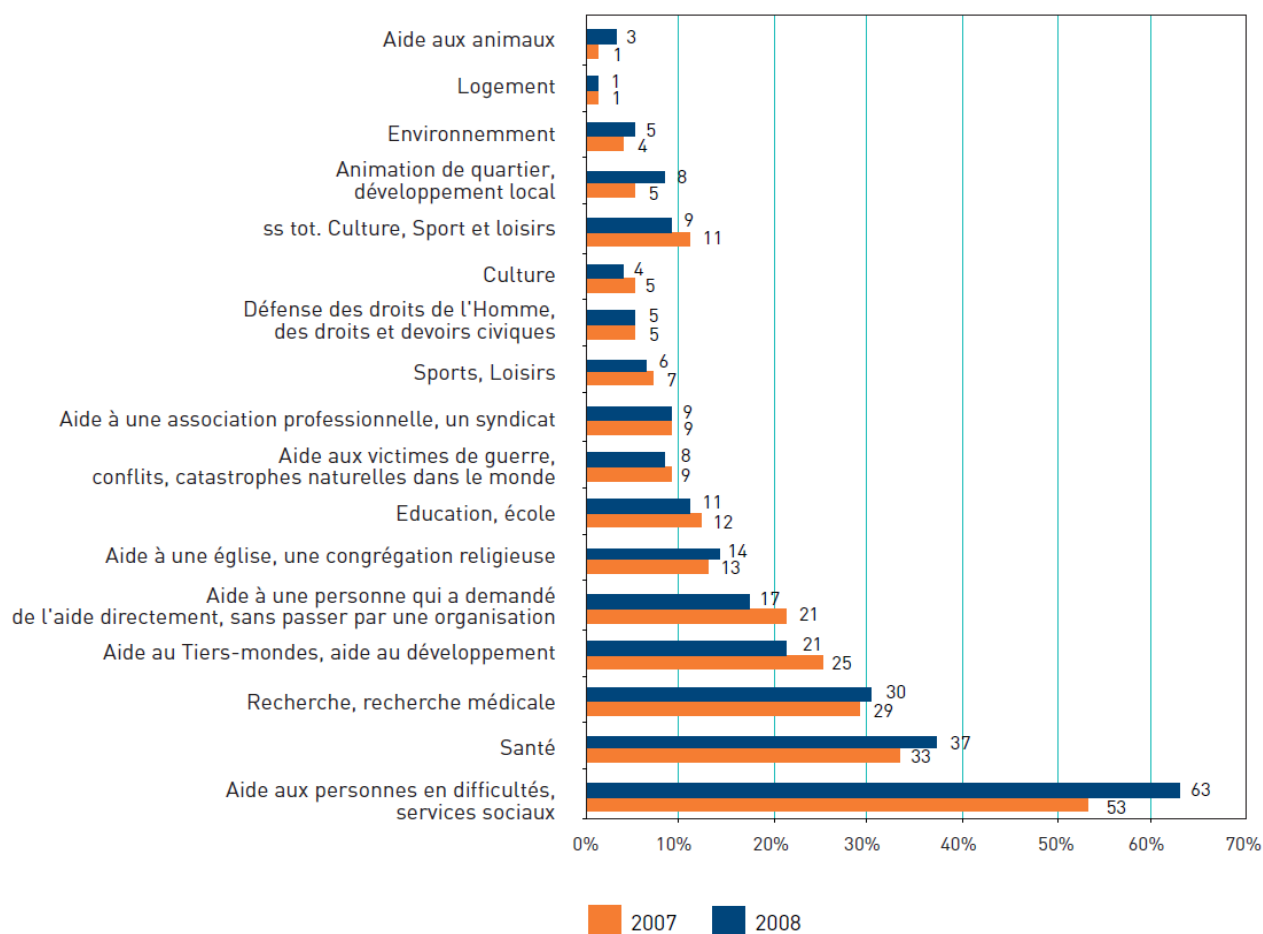
Evolution du montant des dons déclarés par les ménages (1991-2008)

Source : Direction Générale des finances publiques - Traitement CERPHI dans "Le don d'argent aux ménages et aux associations" - CERPHI - France Générosités - Février 2010

L'analyse des causes soutenues, effectuées tous les ans par l'observatoire de la Fondation de France dans le cadre du "baromètre de la générosité des français" montre une tendance récente à un "repli sur les causes les plus proches". Ainsi, l'action et l'aide sociale, traditionnellement en tête des causes soutenues, progresse de 10 points

¹⁶ L'étude ne prend pas en compte les dons non déclarés à l'administration fiscale estimés, selon plusieurs sources, à 20 % des dons déclarés.

entre 2007 et 2008. Viennent ensuite la santé et la recherche médicale, puis l'aide au tiers monde et au développement (qui perd 4 points entre ces deux années).



Répartition des donateurs particuliers dans l'année selon le domaine d'intervention qu'ils ont soutenu

Source : Baromètre 2008 de la générosité - Observatoire de la Fondation de France - Septembre 2008

I.4.1.2. Le mécénat d'entreprise tributaire de la situation économique globale

Don d'argent hors de l'objet social de l'entreprise, "défiscalisable" sur les bénéficiaires, le mécénat est, de par cette nature, tributaire de la situation économique. Ainsi, la courbe de croissance du budget global épouse celle de la vie économique. Le mécénat stagne entre 1993 et 1994 lors de la crise liée à la guerre du golfe, et entre 1998 et 2001, suite à l'éclatement de la bulle internet et aux attentats du 11 septembre 2001. Pour la première fois, le budget global consacré par les entreprises au mécénat recule nettement (- 20 %) entre 2008 et 2010 sous l'effet de la crise mondiale.

En 2009, ADMICAL et le CSA ont mené une enquête¹⁷ auprès des entreprises mécènes pour mesurer les conséquences de la crise. Celle-ci semble confirmer l'aspect conjoncturel de cette baisse, reflétant le souhait des mécènes de s'engager sur le long terme : si 14 % des entreprises mécènes interrogées déclarent vouloir baisser leur budget mécénat, 73 % souhaitent le maintenir, 11 % évoquant même la possibilité de

¹⁷ Enquête ADMICAL-CSA "Quel impact de la crise sur le mécénat ?", février 2010.

l'augmenter¹⁸. 92 % des entreprises qui vont diminuer ce budget déclarent que cette baisse, conjoncturelle, ne remet pas en cause la stratégie de mécénat de l'entreprise. Ainsi, même en période de crise, le mécénat reste, aux dires des dirigeants interrogés, un atout pour l'entreprise. Ils soulignent sa nature fédératrice, qui participe de la cohérence globale, imposant l'action mécène comme une réelle stratégie de l'entreprise.

Ayant une influence sur le budget global, la crise a aussi une incidence sur les choix des domaines d'intervention des entreprises, qui favorisent davantage la solidarité, la recherche et l'environnement (13 % déclarent vouloir augmenter la part de ce budget consacré aux actions de solidarité, 20 % celle consacrée à la recherche et 14 % celle consacrée à l'environnement), au détriment de la culture et du sport (dont respectivement 8 % et 7 % des entreprises déclarent vouloir baisser leur intervention dans ces domaines).

Les modalités d'intervention sont aussi impactées. Le soutien financier est stable, tandis que 37 % déclarent vouloir renforcer le mécénat de compétences.

I.4.2. Les entreprises mécènes en France

A l'instar du budget global, le nombre d'entreprises mécènes ne cesse d'augmenter. De moins de 20 000 en 2005, elles passent à 30 000 en 2008, puis à 35 000 selon la dernière enquête menée en 2010 conjointement par ADMICAL et le CSA¹⁹. 27 % des entreprises françaises de plus de 20 salariés sont aujourd'hui mécènes.

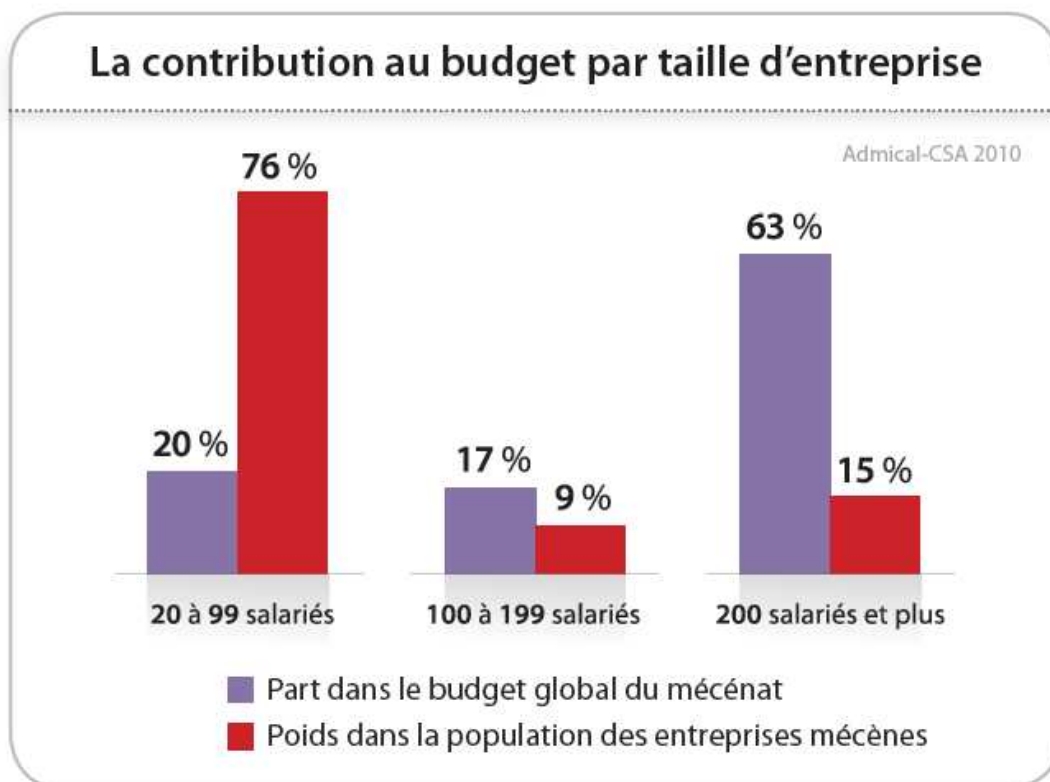
On constate une nette progression des entreprises de plus de 200 salariés. Alors que seules 26 % d'entre elles pratiquaient le mécénat en 2008, 43 % le font deux ans plus tard. La répartition selon la taille des entreprises montre que, contrairement aux idées reçues, le mécénat d'entreprise ne concerne pas uniquement les grandes unités et les grands groupes. En effet, en 2010, 85 % des entreprises mécènes sont des PME dans lesquelles les entreprises de 20 à 99 salariés représentent 76 %.

L'enquête dresse un portrait type des PME mécènes. Les domaines d'interventions privilégiés par ces entreprises sont le social/éducation/santé, viennent ensuite le sport et la culture. Le mécénat est avant tout ciblé et enraciné localement montrant la volonté de l'entreprise d'intervenir d'abord sur son territoire. Le mécénat est rattaché à la direction générale ou à la présidence, avec une implication personnelle du dirigeant. La crise a un impact plus important que dans les grands groupes.

La majorité des sommes consacrées au mécénat proviennent encore des grandes entreprises (63 % du budget global du mécénat proviennent des 9 % d'entreprises de 200 salariés et plus). A l'inverse, les entreprises de 20 à 99 salariés participent pour 20 % du budget.

¹⁸ 2 % des entreprises interrogées ne se sont pas prononcées sur l'évolution de leur budget mécénat.

¹⁹ Enquête ADMICAL-CSA "Le mécénat d'entreprise en France", octobre 2010.



Le mécénat d'entreprise en France

Source : Résultats de l'enquête ADMICAL-CSA 2010

Le secteur des services représente 59 % des entreprises et 75 % du budget global. Viennent ensuite les secteurs du commerce et de la distribution (15 % des entreprises et 15 % du budget), de l'industrie/énergie (15 % des entreprises et 5 % du budget), de la construction (10 % des entreprises et 4 % du budget) et enfin, le secteur de l'agriculture/industrie agroalimentaire (1 % des entreprises et 1 % du budget).

Enfin, il est intéressant de constater que seulement 54 % des entreprises ont demandé à bénéficier des possibilités de défiscalisation, montrant ainsi que cette opportunité n'est pas la motivation première des entreprises. Mais ceci est peut-être aussi lié à la méconnaissance et/ou à la complexité du dispositif fiscal.

ADMICAL a interrogé les entreprises non mécènes pour connaître les raisons de ce choix. Si plus de la moitié des entreprises interrogées évoquent le manque de moyens, la deuxième raison évoquée est la priorité donnée par les entreprises aux actions de communication (20 % des réponses). Cette raison est plus marquée chez les entreprises de 200 salariés et plus, pour lesquelles la concurrence avec d'autres modes de communication (31 %) devance même le manque de moyens financiers (27 %).

I.4.3. La diversification des pratiques

Forme la plus classique du mécénat, le don financier, encore très majoritaire, est pratiqué par 86 % des entreprises. Mais la tendance est à la diversification des pratiques et des partenariats entre les entreprises et les porteurs de projets.

I.4.3.1. L'évolution du don en nature

Pratiqué par 36 % des entreprises, le mécénat en nature (dons de matériel) connaît actuellement une évolution, notamment liée à la responsabilité sociétale des entreprises. Plutôt que de stocker puis détruire, les entreprises donnent du matériel et des produits neufs (invendus, stocks, offres promotionnelles arrivées à terme...) à des associations qui les redistribuent aux personnes défavorisées.

Les principaux promoteurs de cette pratique en France, appelée mécénat de produit, sont l'association "dons solidaires" et l'agence du don en nature, qui assurent un rôle d'intermédiaire entre les entreprises et les associations. Créée en 2004, "dons solidaires" regroupe 130 associations et compte près d'une trentaine d'entreprises partenaires. Elle se charge de la collecte des produits et des partenariats avec les entreprises, puis assure la redistribution aux associations adhérentes en échange d'une cotisation annuelle symbolique et une participation aux frais de logistique. Depuis 2006, le ministère de la jeunesse et de la vie associative est partenaire de cette association. Entre 2004 et 2009, l'association a ainsi pu distribuer plus de 11 millions d'euros de marchandises aux associations adhérentes. L'Agence du don en nature a été créée en 2008, en s'inspirant du modèle de la plate-forme de dons en nature américaine *gifts in kind international (GIKI)*. S'appuyant sur un partenariat de 130 associations et établissements et bénéficiant du soutien d'une trentaine de grandes marques donatrices, l'Agence a collecté et redistribué plus de 8 millions d'euros de produits.

I.4.3.2. Le développement du mécénat de compétences

21 % des entreprises pratiquent le mécénat de compétence. Il s'agit d'une mise à disposition de personnel, soit dans le cadre d'une prestation de service offerte par l'entreprise à l'organisme bénéficiaire, soit dans le cadre d'un prêt de main d'œuvre. Il diffère du bénévolat, dans lequel les personnes interviennent dans des associations sur leur temps libre. Depuis la loi du 1^{er} août 2003, cette pratique est éligible au régime fiscal du mécénat, la défiscalisation portant sur le salaire chargé de la personne mise à disposition, au prorata du temps passé par celle-ci sur le projet de l'organisme.

Certaines grandes entreprises ont développé et structuré cette pratique, en complément d'une intervention mécénale plus "classique". En 2006, l'accord d'entreprise du groupe SFR crée le statut de collaborateur citoyen. Les salariés de l'opérateur téléphonique peuvent s'impliquer de 6 à 15 jours par an sur une période de un à trois ans dans une association œuvrant dans un des domaines soutenus par la fondation SFR (l'égalité des chances, les domaines social et culturel). Plus de 80 collaborateurs ont déjà exercé ce droit.

L'accord-cadre 2009-2011 de la Caisse des Dépôts intègre la possibilité de pratiquer le mécénat de compétence, permettant aux salariés de plus de 40 ans ayant plus de 10 ans d'ancienneté de se mettre à la disposition d'associations soutenues dans le cadre de la politique de mécénat de la caisse au niveau national.

Cette forme de mécénat a ses promoteurs, comme le site mecenova.org (voir plus haut) ou le site koeo.net. Créée par l'agence *humaneo* spécialisée dans le conseil en communication sociale des entreprises, cette plate-forme internet favorise la mise en relation des entreprises et des associations d'intérêt général sur le mécénat de compétences. Une double base de données nationales associée à un moteur de recherche permet aux associations de formaliser leurs besoins, tandis que les

entreprises présentent leur offre de service. Koeo organise aussi régulièrement sur toute la France des speed dating permettant des rencontres physiques entre porteurs de projets et entreprises.

Le mécénat de compétences s'accompagne souvent d'un mécénat technologique s'appuyant sur l'expertise et les métiers de l'entreprise qui le met en œuvre. Certains grands groupes sont à la pointe de l'innovation sur cette question. Dans cette logique, la fondation Veolia a mis en place la *veoliaforce* composée de volontaires, salariés de l'entreprise, qui interviennent dans des missions d'urgence humanitaires ou de développement des pays du sud, en mobilisant les métiers et compétences de l'entreprise (alimenter les populations en eau potable, en énergie, assurer l'évacuation et le traitement des déchets, aider aux transports de vivre et de matériel). Bénéficiant d'une formation spécifique liée au projet sur lequel ils vont intervenir, ces volontaires sont rémunérés par l'entreprise, qui assure aussi le financement logistique et matériel de l'intervention. En 2009, 21 missions de compétences (intervention en urgence ou pour du développement) ont été menées dans ce cadre.

Depuis de nombreuses années, EDF développe un mécénat technologique permettant de mobiliser les compétences et l'expertise du groupe sur des projets innovants, notamment dans le domaine de la culture. Un partenariat entre l'entreprise et l'Ecole Française d'Athènes a permis la reconstitution virtuelle de la statue "les danseuses" du temple de Delphes. Dans le cadre d'un mécénat technologique, EDF a mobilisé la technologie de relevés de points en 3D, utilisée pour ses travaux de maintenance sur les ouvrages de production d'électricité. EDF a aussi participé à l'élaboration d'un simulateur de l'équilibre climatique, permettant d'analyser et de comprendre les déséquilibres bioclimatiques responsables de la détérioration des peintures rupestres de la grotte de Lascaux. Le groupe GDF-SUEZ a mis en œuvre un mécénat technologique pour le musée Magritte, dont il est membre fondateur et mécène. Sa branche Energie Service a réalisé, par l'intermédiaire de deux de ses filiales belges et françaises (INEO, Fabricom GTI) tous les travaux d'aménagement du musée (installation, conservation, ventilation et éclairage des œuvres). La filiale Electrabel assure une alimentation en énergie 100 % renouvelable. Près de 400 collaborateurs du groupe sont intervenus sur ce projet. Le groupe a reçu le prix Caius du mécénat culture Grandes Entreprises de Belgique et le musée a été inauguré en juin 2009.

Enfin, même s'il ne relève pas, à strictement parler, du mécénat de compétence, il convient d'évoquer le congé solidaire, initiative mise en œuvre par l'association planète urgence et le ministère des affaires étrangères. Au terme d'une convention quadripartite entre un salarié, l'association Planète Urgence, une association humanitaire et une entreprise, cette dernière s'engage à financer l'action humanitaire d'une association à laquelle participera le salarié dans le cadre d'un congé solidaire de courte durée (2 à 4 semaines). Plus de 75 entreprises sont partenaires de cette opération qui, avec le développement de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, pourrait, à très court terme, connaître un succès grandissant.

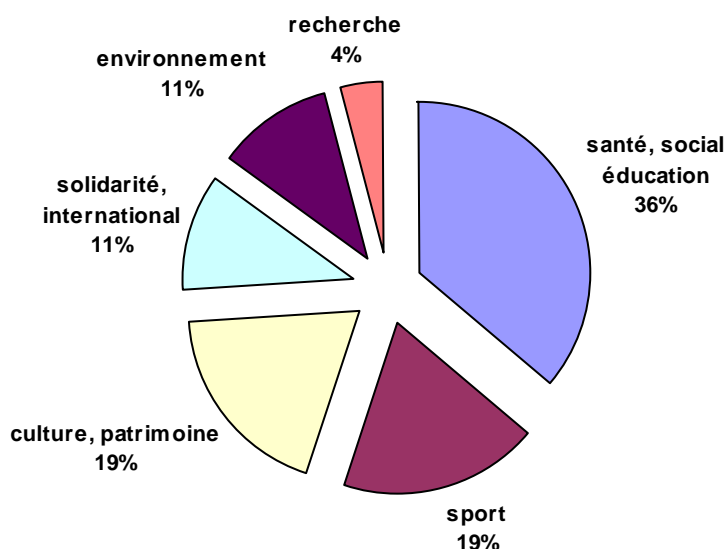
I.4.4. Une évolution dans les thématiques soutenues

2008				2010			
Thématiques	% Entre-prises*	% Budget	Somme	Thématiques	% Entre-prises*	% Budget	Somme
Solidarité (incluant international)	47 %	32%	800 000 000 €	Santé, social éducation	58%	36%	720 000 000 €
Sport	26 %	5 %	125 000 000 €	Sport	48%	19%	380 000 000 €
Culture, patrimoine	36 %	39%	975 000 000 €	Culture, patrimoine	37%	19%	380 000 000 €
Environnement	14 %	15 %	375 000 000 €	Solidarité internationale	19%	11%	220 000 000 €
Recherche	11 %	9 %	225 000 000 €	Environnement	12%	11%	220 000 000 €
				Recherche	1%	4%	80 000 000 €
Total	30 000 entreprises		2 500 000 000 €	Total	35 000 entreprises		2 000 000 000 €

* Une entreprise peut intervenir dans plusieurs domaines

Evolution du budget global du mécénat d'entreprise en France réparti par domaine (2008-2010)

Source : Enquête ADMICAL-CSA



Répartition du budget global du mécénat d'entreprise par thématique en 2010

Source : Enquête ADMICAL-CSA

I.4.4.1. La baisse du mécénat culturel, le développement du mécénat de solidarité et de l'environnement, du sport

Le phénomène est assez important et brutal pour être remarqué : le **mécénat culturel** est en chute libre. Il est d'autant plus paradoxal que la loi du 1^{er} août 2003, qui a donné un nouvel élan au mécénat, émanait des services du ministère de la culture. Alors qu'avec 39 % du budget global (975 millions d'euros), la culture était la première thématique soutenue par les entreprises en 2008, elle ne représente plus que 19 % du budget (380 millions d'euros ; - 61 %) deux ans plus tard et se situe en troisième position derrière les thématiques santé, sociale, éducation et sport.

En effet, dans un contexte de crise, le soutien à la culture peut apparaître comme non essentiel, voire difficilement défendable auprès des salariés et des actionnaires.

Certaines entreprises réorientent alors leurs actions vers le mécénat social ou de solidarité ou privilégient les actions favorisant l'accès à la culture des publics qui en sont éloignés, au détriment du soutien à la création. De plus, pour certaines entreprises, le mécénat culturel, vecteur d'image, tend à devenir une opération de relation publique, se rapprochant d'une opération de communication. Les soutiens financiers se portent alors sur des projets de grande ampleur ou à forte visibilité, au détriment des structures culturelles moins connues, moins visibles ou plus petites.

Cette conjoncture montre, en creux, le rôle d'impulsion que doivent jouer les pouvoirs publics. La forte hausse constatée entre 2006 et 2008 trouvait en partie son explication dans l'engagement fort du ministère de la culture (mise en place de la mission mécénat du ministère de la culture, partenariats établis avec les CCI, les experts-comptables...). Dans un contexte de désengagement de l'Etat, les entreprises ont le sentiment d'être de plus en plus souvent sollicitées pour pallier aux carences de l'intervention publique plutôt que pour accompagner une politique culturelle forte et cohérente, certaines choisissant alors de diminuer leur soutien financier à la culture. Cette situation est telle que la commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée Nationale a mis en place en avril 2011 une mission d'information sur les nouvelles formes du mécénat culturel. Elle devrait permettre d'étudier l'efficacité des dispositifs juridiques et fiscaux et formuler des propositions pour "enrayer la chute récente du mécénat culturel" et remédier à la faiblesse persistante du mécénat des PME et du mécénat en région.

Plus porteur de sens dans un contexte de crise et de responsabilité sociétale des entreprises, les **thématiques santé, social et éducation** sont soutenues par un nombre croissant d'entreprises (58 % des 35 000 entreprises mécènes en 2010 contre 47 % des 30 000 en 2008) et les budgets (720 millions d'euros en 2010) semblent résister à l'érosion globale²⁰. La **solidarité internationale**, devenue une catégorie à part entière dans l'enquête 2010, mobilise 19 % des entreprises et 11 % du budget (220 millions d'euros).

Enfin, l'un des faits marquants des deux dernières enquêtes est le succès grandissant du **mécénat sportif**. Il concernait 26 % des entreprises et 125 millions d'euros de budget en 2008. 2 ans plus tard, 48 % des entreprises soutiennent une de ces actions, pour un budget de 380 millions d'euros. Ce succès est toutefois à relativiser tant la frontière semble plus ténue entre le mécénat et le sponsoring dans ce domaine. Ainsi, le soutien à une équipe sportive, parfois considéré comme du mécénat par les entreprises locales, pourrait pourtant être assimilée à du parrainage ou sponsoring. Mais le succès de cette thématique est aussi à rapprocher du fort développement du mécénat croisé, le sport étant alors perçu comme un moyen de mener des actions d'insertion auprès de publics défavorisés.

L'**environnement** marque le pas entre 2008 et 2010. Il concerne 12 % des entreprises (contre 14 % en 2008) et 11 % du budget global. Mais cette thématique est beaucoup plus présente dans les entreprises de plus de 200 salariés (36 % soutiennent une action dans ce domaine, alors que les entreprises de 20 à 99 ne sont que 7 %). Il est à noter que la mission mécénat du ministère de l'environnement et du développement durable est encore trop récente pour que les effets de son action soient

²⁰ La comparaison est ici impossible puisqu'en 2008, la catégorie solidarité intégrait la solidarité internationale et s'élevait à 800 millions d'euros. En 2010, solidarité, santé, social et solidarité internationale s'élèvent à 940 millions d'euros.

déjà mesurables. Tout comme est difficilement mesurable ce qui, dans une entreprise, relève du développement durable et ce qui relève du mécénat environnemental.

I.4.4.2. Le développement du mécénat croisé

Selon l'enquête 2010 d'ADMICAL, les entreprises se mobilisent de plus en plus sur des causes multiples, intervenant dans un 1,9 domaine en moyenne, contre 1,3 en 2008. Mais les entreprises optent aussi pour le mécénat croisé, combinant au moins deux champs d'intervention. Cette tendance explique pour partie les évolutions dans les thématiques soutenues. Ainsi, l'essor du sport est lié pour partie au développement d'un mécénat croisé avec le domaine de la solidarité/action sociale et des actions emblématiques d'insertion par le sport se développent. La chute du soutien "direct" à la culture (financement de la création artistique et achat d'œuvre) est parfois remplacée par des actions d'accès à la culture pour des personnes défavorisées, comptabilisées dans le domaine social.

I.4.5. Un nouveau visage : le mécénat de proximité

En 2010, près de 8 entreprises sur 10 soutiennent des actions au niveau local, voire régional, contre 65 % en 2008. Ce mécénat de proximité prend plusieurs formes : aux côtés de soutiens classiques aux projets locaux se structurent plusieurs modalités de mécénat collectif de proximité.

I.4.5.1. La mise en œuvre de partenariats au niveau régional

Souvent créées dans le cadre de déclinaisons territoriales des conventions nationales initiées par la mission mécénat du ministère de la culture, ces initiatives de partenariat concernent d'abord la culture, même si certains s'ouvrent petit à petit aux autres domaines (solidarité, environnement, recherche...). Lors du renouvellement des conventions pour le développement du mécénat culturel en 2010, le ministère de la culture et ses partenaires (experts-comptables, Chambres de commerce, notaires) ont souhaité mettre l'accent sur le développement de ce "mécénat collectif", encourageant l'organisation de ce partenariat régional.

Trois exemples peuvent illustrer ce qui se fait dans ce cadre :

- **Mécénat en Picardie**

La Picardie a été la première région française à se doter d'un dispositif régional de promotion du mécénat culturel. En février 2005, la DRAC, l'ordre régional des experts-comptables, les chambres des métiers et de l'artisanat, de commerce et d'industrie, la chambre régionale des notaires, rejoints depuis par l'ordre des avocats, ont signé une "charte régionale de développement du mécénat culturel". L'objectif, à l'instar des conventions nationales, est de promouvoir le mécénat culturel et de favoriser le rapprochement entre le monde économique et les acteurs régionaux de la culture. En 2008, ces partenaires ont organisé les premiers trophées régionaux du mécénat culturel. En 2009, les premiers rendez-vous du mécénat, permettant la rencontre entre chefs d'entreprises et porteurs de projets en recherche de partenariats financiers, ont été organisés à Beauvais. Depuis, ce dispositif régional s'est enrichi d'un site internet favorisant l'échange d'informations et la promotion des projets innovants en matière de mécénat culturel.

- **Le mécénat en Bretagne**

Créé à l'initiative de la CCI de Rennes-Bretagne et de la DRAC, le pôle "mécénat en Bretagne" réunit les partenaires régionaux mobilisés pour la promotion du mécénat (correspondants des experts-comptables, des notaires et des CCI, la représentation locale de la fondation de France). Ce partenariat prend appui sur un site internet (www.bretagne-mecenat.fr), portail d'information sur le mécénat local, qui présente le cadre juridique et fiscal du mécénat et les acteurs mobilisables pour obtenir des informations sur ce sujet. Il présente aussi des témoignages de mécènes et de porteurs de projets et propose une rubrique dans laquelle les porteurs de projets en recherche de mécénat peuvent présenter leurs activités. Ce partenariat s'est ouvert aux autres domaines et les projets présentés concernent les domaines de la solidarité, de l'environnement et de la recherche.

- **Le site "mécénat en Bourgogne"**

Le club "entreprises et mécénat de Bourgogne" a été créé pour favoriser et promouvoir le mécénat auprès des entreprises de la région, fédérer les chefs d'entreprise autour de cette pratique, aider au portage de projets apportés par les membres du club et apporter des conseils aux chefs d'entreprises qui souhaitent faire du mécénat. Ce club regroupe des entreprises mécènes, ainsi que les signataires nationaux des conventions avec le ministère de la culture (la DRAC, l'ordre régional des experts-comptables, la CCI de Dijon) auxquels viennent s'ajouter la caisse des dépôts et la caisse d'épargne de Bourgogne Franche-Comté.

En 2011, à l'initiative de l'ordre des experts-comptables et de la DRAC, le club a créé le site internet "mécénat en Bourgogne". Concernant tous les domaines pouvant bénéficier du mécénat, ce site propose une information complète (descriptif des différentes formes de mécénat, législation, régime fiscal des dons pour les particuliers ou les entreprises...). Une rubrique "boîte à outils" permet notamment aux porteurs de projets souhaitant faire appel au mécénat de renseigner une fiche "proposition de projet". Si le projet est retenu par le comité technique, il intègre une "banque de projets", consultable sur le site par les mécènes potentiels (à ce jour, près d'une dizaine de projets sont présentés sur cette banque).

I.4.5.2. Le développement d'un "mécénat territorial"

Le mécénat territorial regroupe des initiatives collectives d'entreprises qui se regroupent pour valoriser par le mécénat le territoire sur lequel elles interviennent. Deux types d'organisations sont privilégiés : le club d'entreprise et la fondation territoriale.

I.4.5.2.1. Les clubs d'entreprises mécènes

Emanation des entreprises, ces clubs sont souvent soutenus ou organisés avec le concours des Chambres de Commerce et s'organisent parfois sous forme associative. Toutes ces initiatives ont en commun la volonté de promouvoir ou dynamiser le territoire dans une logique collective.

Le club d'entreprises Projets rémois Réalisations, Initiatives et Sensibilisation au Mécénat d'Entreprise (PRISME) est une association créée en 1989 pour promouvoir le mécénat culturel et soutenir l'art contemporain, notamment la jeune création contemporaine sur Reims et sa région. L'association est à la fois commanditaire d'art

urbain monumental, organisant des concours d'artistes dont elle finance l'intégralité de l'œuvre (6 œuvres ont déjà été commandées et réalisées depuis la création du club). Elle cofinance les projets d'art contemporain qui lui sont soumis par des partenaires ou par les artistes eux-mêmes et qui entrent dans ses domaines d'intervention. Enfin, l'association organise des manifestations pour la promotion et la compréhension de l'art contemporain. Chaque entreprise paye une cotisation annuelle de 800 euros et peut, de façon facultative, participer annuellement aux appels à projets spécifiques, à hauteur de 1 600 euros par an. Lorsque certains projets s'y prêtent, les entreprises peuvent parfois mobiliser du mécénat en nature ou de compétences. Les entreprises bénéficient de temps de rencontres avec les artistes, dont elles peuvent suivre le travail de création, elles sont invitées aux inaugurations, vernissages et expositions que le club finance et bénéficient des cycles de manifestations et de conférences organisés pour faire connaître et comprendre l'art contemporain. De plus, elles peuvent disposer de prêts d'œuvres des artistes soutenus par PRISME. Le club compte aujourd'hui une vingtaine d'entreprises. La démarche a été couronnée en 2005 d'un oscar ADMICAL du mécénat d'entreprise. En 2009, face à la crise économique et sociale, les dirigeants ont souhaité entamer une réflexion pour ouvrir leur intervention au mécénat social.

On retrouve cette même logique à l'œuvre dans des clubs comme celui nommé "mécènes du Sud", créé à Marseille en 2003 par huit chefs d'entreprises pour contribuer à l'évolution de l'image positive de la ville par la promotion et le soutien de l'art contemporain. On trouve un autre exemple dans le club d'entreprises "les mécènes de l'Albigeois", créé en 2006 par une douzaine d'entreprises désireuses de soutenir le spectacle vivant sur Albi.

Plus généraliste, le club "ambition Toulouse 21" s'affiche comme une démarche d'entrepreneurs au service du territoire. En 2008, un club des entreprises partenaires est créé pour soutenir la candidature de la ville de Toulouse "capitale européenne de la culture 2013". La candidature n'étant pas retenue, une vingtaine d'entreprises adhérentes à ce club décide de poursuivre la collaboration pour participer à la dynamique territoriale et promouvoir la ville au niveau national et international. En 2010, le club devient "ambition Toulouse 21, les entreprises partenaires de la cité". Il définit quatre grands axes (urbanisme et environnement, science et culture, diversité et solidarité) sur lesquels les entreprises adhérentes souhaitent participer à la réflexion et soutenir les projets locaux. Le montant de l'adhésion, calculé en fonction du chiffre d'affaires de l'entreprise, est éligible aux dispositions fiscales du mécénat. Les fonds permettent l'accompagnement financier de projets sur les thématiques définies. Le club met aussi en œuvre le programme "partenaire de la cité" pour aider au financement des actions qui contribuent au rayonnement de la cité et à sa cohésion sociale (plusieurs projets culturels sociaux et solidaires ont pu être soutenus financièrement dans ce cadre en 2010).

Parfois, l'initiative revient à une seule entreprise ; c'est le cas pour la biennale d'art contemporain de Rennes, initiée par le groupe agro-alimentaire NORAC et son PDG Bruno CARON. En 2005, le groupe crée l'association Art NORAC pour mener des actions de mécénat d'entreprise dans le domaine de l'art contemporain, dans le cadre de la loi du 1^{er} août 2003. En 2006, l'association, soutenue par la DRAC et les collectivités locales (Rennes métropole, la ville de Rennes, le Conseil Général d'Ille et Vilaine) et le Fonds Régional d'Art Contemporain (FRAC) lance un appel d'offres pour l'organisation d'une manifestation sur l'art contemporain ayant pour thème la relation entre le monde de l'art et celui de l'entreprise. En 2007, elle prend le nom d' "ateliers de

Rennes : biennale d'art contemporain". La première édition, intitulée "valeurs croisées", s'est déroulée en 2008. L'édition de 2010, "ce qui vient", permet l'exposition d'œuvres d'une cinquantaine d'artistes dans huit lieux de la ville, réunissant près de 9 000 spectateurs. En 2010, un nouvel appel d'offres est lancé pour l'organisation des éditions de 2012 et 2014.

I.4.5.2.2. Les fonds de dotation et les fondations de territoires

Pratique largement répandue dans les pays anglo-saxons, la fondation territoriale en est encore à ses débuts en France. Le concept a émergé en 2008, dans le cadre d'une réflexion menée conjointement par le Centre Français des Fondations et la fondation Concorde. Elle doit favoriser le partenariat financier public/privé au profit de l'intérêt général d'un territoire. La fondation Concorde, dans un rapport évoquant l'intérêt de développer de telles fondations²¹, propose trois catégories de fondations territoriales :

- les fondations "opérationnelles" soutenant les causes d'intérêt général au niveau local ;
- les fondations "distributrices" assurant une activité d'intermédiaire philanthropique (campagnes de fonds et promotion des actions éligibles au mécénat) ;
- les fondations "abritantes" qui hébergeraient des fondations opérationnelles de territoire qu'elles subventionneraient selon des critères déterminés.

Même si certaines initiatives sont antérieures, le développement des fondations territoriales est rendu possible grâce à l'assouplissement du cadre juridique prévu par la loi du 1^{er} août 2003.

Une dizaine de fondations territoriales existent en France. Les exemples qui suivent donnent une idée ce que permet cette structuration juridique.

• La fondation de Lille

Créée en 1988 à l'initiative de Pierre MAUROUY, alors Maire de Lille, la Fondation de Lille, reconnue d'utilité publique en 1997, est devenue une fondation "abritante" en 2008. Créée pour doter la région d'un organisme de solidarité accompagnant et stimulant la générosité des habitants et des entreprises, la Fondation constitue un espace de collaboration entre le monde économique, associatif et les pouvoirs publics. Ainsi, elle finance et impulse des actions pour répondre à la détresse des populations et participe au développement culturel et à la valorisation du patrimoine de Lille.

Au 31 décembre 2009, son capital était de 826 000 euros. 7 banques ont participé au capital d'origine de la fondation, qui s'est enrichi de legs et d'une donation.

Un comité d'orientation regroupant les banques ayant participé au capital est chargé de faire des propositions d'actions au Conseil d'Administration. Le fonctionnement est assuré par une équipe salariée. "Les amis de la fondation de Lille" est une association créée en 1998 qui regroupe 130 adhérents répartis en quatre collèges (particuliers, collectivités, entreprises, associations) qui assurent la promotion

²¹ "Démocratie, gouvernance et réduction de la dépense publique dans les territoires", Fondation Concorde, 2008.

de la fondation. La communauté urbaine de Lille, le Conseil Général du Nord et le Conseil Régional du Nord-Pas-de-Calais sont adhérents à cette association.

Polyvalente, la fondation intervient dans les domaines humanitaires (collecte de fonds et financement d'actions humanitaires menées par des associations), sociaux (gestion d'un fonds social permettant de venir en aide aux personnes en grande précarité et organisation des "bourses de l'espoir", créées en 2005 pour venir en aide aux étudiants, aux personnes en formation, aux associations intervenant dans la lutte contre l'illettrisme), culturels et patrimoniaux (soutien aux actions culturelles et "prix Alain Decaux de la francophonie", participation aux journées du patrimoine, expositions...) du territoire lillois.

- **La Fondation Passions Alsace**

En 2008, une étude menée conjointement par ADMICAL et le Carrefour Inter-Mécénat pour l'Economie Sociale et Solidaire (CIMESS) montrait que l'Alsace était une terre de mécénat. En effet, 21% des entreprises de la région soutiennent une action dans le cadre d'un mécénat, dont 73 % depuis plus de 3 ans²². C'est dans ce contexte qu'en juin 2009 s'est créée la "Fondation Passion Alsace", à l'initiative de Guillaume d'ANDLAU, responsable mécénat et relations publiques au Crédit Agricole. Elle est dès sa création, portée par des membres de la société civile.

La fondation est dirigée par un comité exécutif de 10 membres, nommés pour 3 ans renouvelables une fois, lequel est présidé par le Fondateur. Statutairement, la fondation ne perçoit pas de fonds publics et les membres de ce conseil ne peuvent exercer de mandat électif.

La Fondation est placée sous égide de la Fondation de France, qui assure le contrôle financier et l'utilisation de ses fonds, et garantit le fonctionnement et le contrôle opérationnel de cette dernière. Créée pour "servir la proximité et assurer l'interface entre les associations locales et les donateurs", cette fondation soutient les projets d'intérêt général portés par des associations de la région dans tous les domaines (santé, culture, environnement, recherche...) grâce aux revenus du capital initial (200 000 euros) et des dons et legs effectués par les entreprises et les particuliers. Son site internet met en avant les projets des associations "en particulier les petites, qui disposent de peu de moyens pour avoir accès aux donateurs". Les donateurs peuvent choisir les projets qu'ils souhaitent soutenir ou laisser le comité exécutif décider de l'affectation de leurs dons en fonction des programmes prioritaires choisis par les membres. Le site répertorie plus d'une trentaine de projets dans différents domaines.

- **La fondation "Rhône-Alpes futur"**

La Fondation est créée en 1988 par un groupe d'industriels, des chercheurs et de personnalités de la région Rhône-Alpes sur la base d'un constat de manque de relations entre le monde de l'entreprise et de la recherche. L'objectif est alors de favoriser le développement économique et scientifique de la région.

Reconnue d'utilité publique en 1988, la Fondation initie ou accompagne la structuration et la concrétisation en région des projets qui participent au développement économique, scientifique ou social rhônalpin. En 2005, elle est élevée au rang de fondation de recherche par le ministère de la recherche sous son orientation

²² Etude "Le mécénat en Alsace", Club CIMESS-ADMICAL, mai 2008.

"génomique et santé", ce qui lui permet de bénéficier de l'affectation spéciale de fonds dédiés pour certains projets qu'elle soutient dans ce domaine. En 2006, la fondation devient "abritante", favorisant ainsi le développement dans la région de fondations sous son égide intervenant dans différentes thématiques.

Elle est gérée par un conseil d'administration composé de membres de droit, de représentants des fondateurs et de personnalités du monde scientifique et économique qui définit les orientations et valide la stratégie de la fondation. Le conseil scientifique, composé de personnalités scientifiques régionales et nationales, apporte l'expertise scientifique sur les projets soumis à la fondation. Le club des décideurs, regroupant les industriels soutenant la fondation, apporte son expertise et sa connaissance du tissu industriel au service des projets soutenus. La fondation intervient dans la recherche médicale (épilepsie, Alzheimer, sclérose en plaques...), le développement économique et scientifique local, la réinsertion sociale, la transmission des savoirs.

Conçue pour fédérer les compétences et les acteurs publics et privés au service des projets économiques et scientifiques ou sociaux de la région, son intervention se situe à plusieurs niveaux : elle soutient financièrement les programmes de recherche, initie et fédère les acteurs sur des thématiques, accompagne la création de fondations qu'elle peut ensuite abriter (6 fondations abritées créées depuis 2008). Pour assurer ses missions, la fondation est partie prenante des différents réseaux scientifiques, techniques et de développement local de la région.

- **La fondation d'entreprises Mécènes et Loire**

Elle a été créée en 2007 à l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Maine et Loire, dans le cadre de la déclinaison de la charte signée entre l'ACFCI et le ministère de la culture. C'est la première fondation d'entreprise composée de plusieurs membres fondateurs. Elle se fixe comme objectif de "soutenir, par tous moyens matériels, humains, techniques ou financiers, les actions d'intérêt général porteuses d'image pour et sur le territoire du Maine et Loire, à caractère innovant et/ou original, dans les domaines de la culture, de la solidarité, du sport, du patrimoine, de la science et de l'environnement". Elle intervient en complément des politiques engagées par les diverses parties publiques ou privées impliquées dans les projets identifiés par la Fondation.

Le comité des fondateurs est composé de 24 entreprises qui, selon le droit d'entrée dont elles se sont acquittées, sont membres fondatrices or (10 000 euros par an pendant cinq ans) ou argent (5 000 euros par an pendant 5 ans). Dotée d'un budget global de 800 000 euros sur cinq ans, soit 160 000 euros par an, la fondation intervient de deux façons :

- Dans le cadre d'un appel à projets doté de 120 000 euros par an : en 2010, près d'une centaine de projets ont été déposés, 24 ont été soutenus par la fondation pour des montants allant de 2 000 à 15 000 euros.
- Dans le cadre d'une bourse créée en 2010 : délivrée tous les deux ans et dotée de 45 000 euros, elle permet de soutenir un projet de grande envergure ayant pour thème "art, innovation et économie en Anjou", développé par de jeunes artistes seuls ou organisés en collectifs.

La fondation joue aussi un rôle de promotion du mécénat et organise tous les deux ans les "assises du mécénat d'entreprise en Maine et Loire".

II. LE MECENAT D'ENTREPRISE EN BASSE-NORMANDIE

Au niveau régional, il est très difficile de recenser les projets qui bénéficient d'une action de mécénat, certaines entreprises faisant parfois preuve d'une discrétion plus ou moins volontaire qui rend difficilement mesurable les pratiques dans ce domaine. Néanmoins, le CESER a mené une enquête auprès des entreprises et des porteurs de projets, complétée par de nombreuses rencontres d'entreprises mécènes et de structures bénéficiant d'un soutien des entreprises, ce qui a permis une approche à la fois quantitative et qualitative.

II.1. LE POSITIONNEMENT DES ACTEURS BAS-NORMANDS

II.1.1. L'enquête auprès des entreprises

Le CESER a mené une enquête auprès des 599 entreprises de 50 salariés et plus ressortissant de la Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale (CCIR). Certaines entreprises de moins de 50 salariés, repérées comme mécènes ou potentiellement mécènes par des porteurs de projets, ont aussi été invitées à répondre à l'enquête. 13,5 % des entreprises interrogées ont répondu au questionnaire, avec un taux de réponses assez significatif chez les entreprises de 150 salariés et plus.

Taille	Nombre d'entreprises	Taux de réponses au questionnaire
De 50 à 100 salariés	357	8,1 %
De 101 à 150 salariés	97	13,4 %
De 151 à 200 salariés	61	14,7 %
De 201 à 500 salariés	66	30,3 %
Plus de 501 salariés	18	55,5 %
Total	599	13,5 %

Les taux de réponses des entreprises au questionnaire selon la taille

Cette enquête, basée sur un questionnaire, interrogeait les entreprises sur leur implication ou non dans le mécénat, ce que le mécénat représentait pour elles, quelle était leur opinion sur la nécessité de développer le mécénat dans la région et les moyens pour y parvenir²³.

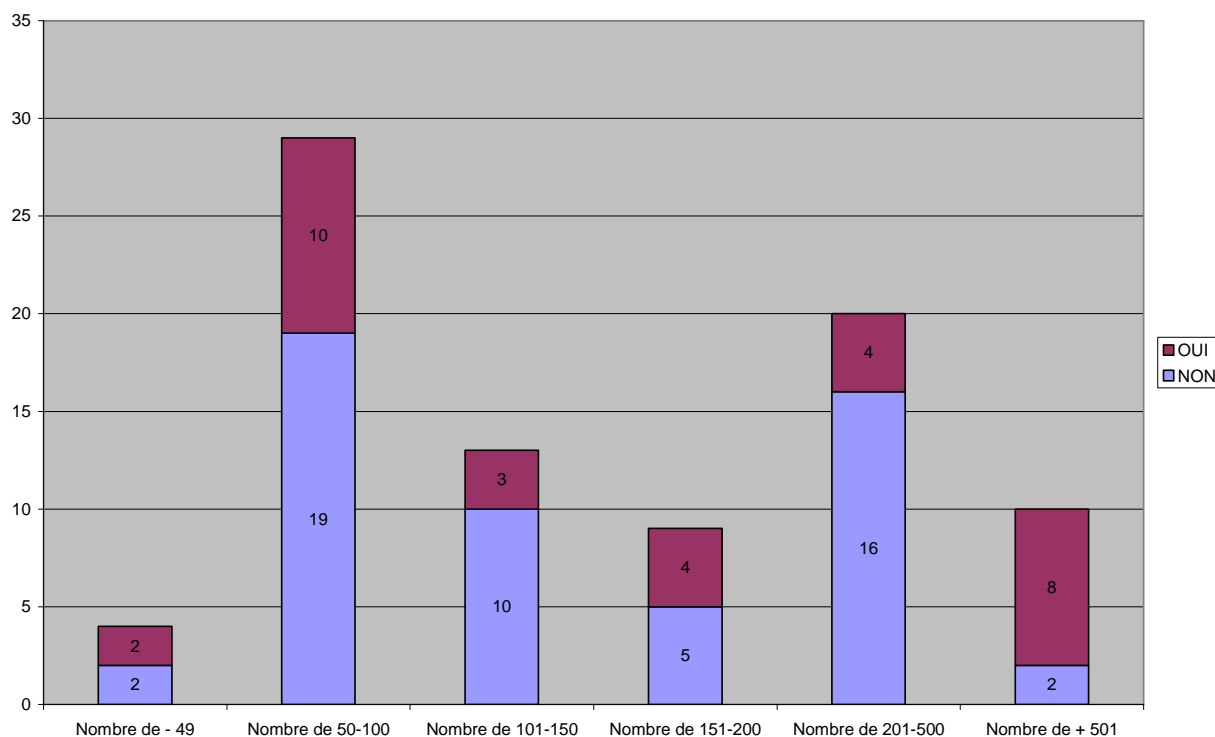
Elle a été complétée par des entretiens auprès d'entreprises mécènes, ainsi que par les échanges qui ont eu lieu lors du colloque "vers une nouvelle économie de la culture " organisé par la Région Basse-Normandie.

Loin d'être exhaustive, cette première approche ne permet bien évidemment pas de tirer des conclusions quantitatives sur le mécénat des entreprises bas-Normandes. Elle met par contre l'accent sur des éléments récurrents qui permettent d'avoir une première idée de la perception que les entreprises bas-normandes se font du mécénat, d'identifier les freins à son développement, mais aussi d'identifier les marges de manœuvre et envisager les actions à prévoir en région pour encourager cette pratique.

²³ Voir questionnaire en annexe.

II.1.1.1. La pratique du mécénat par les entreprises

II.1.1.1.1. Les entreprises mécènes



Réponses (réparties par taille des entreprises) à la question "Faites-vous du mécénat ?"

Thématiques soutenues	Nombres d'entreprises
Culture	16
Sport	19
Science	4
Solidarité	17

Répartition des domaines d'intervention des entreprises mécènes bas-normandes

Sur 85 réponses reçues, 31 entreprises déclarent faire du mécénat.

La plupart des entreprises dont les centres de décision sont situés hors de la région semblent n'avoir pas ou peu de marge de manœuvre et lors de la relance téléphonique, une grande majorité d'entre elles nous a invités à prendre contact avec le siège social pour connaître la politique de mécénat du groupe. Trois entreprises ayant répondu au questionnaire ont répondu négativement à la question "souhaitez-vous faire du mécénat", arguant du fait que cette politique relevait du groupe auquel elles appartenaient. Ainsi, si le mécénat semble bien être dans ces cas précis une partie intégrante de la stratégie de l'entreprise, il s'organise plutôt au niveau central, sans assurance de retombées pour la région.

Les domaines d'interventions évoqués par les entreprises recoupent ceux constatés au niveau national. Si le sport arrive en tête des actions soutenues par les

entreprises, il convient de nuancer, tant la frontière entre mécénat et sponsoring semble être tenue dans ce domaine. Il s'agit ici souvent d'un soutien apporté parfois sans contrepartie, aux clubs sportifs locaux. Quinze des 31 entreprises mécènes interviennent dans au moins deux domaines et 68 % d'entre elles soutiennent plusieurs projets par an.

55 % des entreprises mécènes le sont depuis plus de trois ans, contre 10 % depuis moins de un an, montrant ainsi une implication dans la durée.

Il est à noter que 21 entreprises déclarent bénéficier du dispositif fiscal lié au mécénat.

Nombre de domaines d'intervention	Nombre d'entreprises
1	13
2	13
3	3
4	2

Répartition du nombre de domaines d'intervention des entreprises mécènes

Nombre de projets soutenus par an	Nombre d'entreprises
Un seul projet	8
De 2 à 4 projets	10
Plus de 5 à 10 projets	2
Plus de 10 projets	5

Nombre de projets soutenus par an par les entreprises mécènes bas-normandes

Le mécénat financier, pratiqué par 25 entreprises sur 31 mécènes, est la principale modalité mobilisée. 4 entreprises font uniquement du mécénat en nature et 2 apportent à la fois un soutien en nature et en compétence aux projets auxquels elles participent. 6 entreprises font à la fois du mécénat en nature et du mécénat financier, deux pratiquent à la fois le mécénat de compétence, le mécénat en nature et le mécénat financier.

L'origine de la relation tend à confirmer l'importance du réseau. Ainsi, pour 13 entreprises, le premier contact s'est fait par le biais d'une relation personnelle entre le porteur et un membre de l'entreprise tandis que 4 entreprises ont engagé une démarche de mécénat suite à une mise en relation avec le porteur par une tierce personne. Enfin, il est intéressant de noter que, pour certains projets, 6 entreprises déclarent avoir sollicité elles-mêmes le porteur de l'action.

II.1.1.1.2. Les entreprises non mécènes

Lorsqu'on interroge les entreprises non mécènes, les raisons invoquées par les 45 entreprises ayant répondu sont avant tout le manque de moyens à y consacrer, le manque d'intérêt pour le mécénat et le manque d'informations sur les modalités du mécénat.

Motivations	Nombre de réponses
Manque de moyens	25
Manque d'information sur les modalités du mécénat	14
Pas d'intérêt pour le mécénat	15
Pas de projets intéressants à soutenir	7

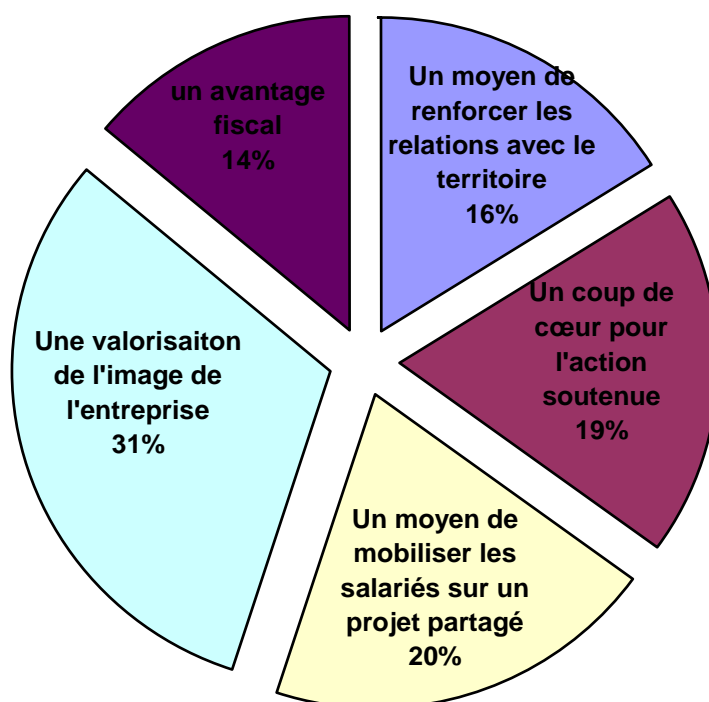
Raisons invoquées par les entreprises qui ne sont pas mécènes (plusieurs réponses possibles)

Interrogées sur leurs souhaits de développer ou non le mécénat, les entreprises non mécènes répondent très majoritairement par la négative. Ainsi, sur les 42 entreprises ayant répondu, 32 répondent catégoriquement non, 3 répondent oui, et 7 peut-être.

Taille de l'entreprise	Oui	Non	Peut-être
Moins de 49 salariés		2	
De 50 à 100 salariés		14	1
De 101 à 150 salariés	1	4	3
De 151 à 200 salariés	3	3	
De 201 à 500 salariés	3	10	
501 salariés et plus		2	

Réponse à la question "Souhaitez-vous faire du mécénat ?" (répartition par taille de l'entreprise)

II.1.1.2. La représentation du mécénat par les entreprises



Graphique présentant les motivations des entreprises pour faire du mécénat

Les résultats de l'enquête montrent que pour la soixantaine d'entreprises qui a répondu à cette question, le mécénat est avant tout perçu comme un moyen de valoriser l'image de l'entreprise. A un moindre degré, la mobilisation des salariés sur une action, le coup de cœur, mais aussi le renforcement des liens avec le territoire sur lequel intervient la structure sont aussi cités. A l'inverse, l'avantage fiscal, souvent mis en avant par les médiateurs du mécénat, ne semble pas être une des principales motivations des entreprises pour s'engager dans une telle démarche.

II.1.2. L'enquête auprès des associations et des porteurs de projets

Parallèlement, une enquête a été menée auprès des porteurs de projets bénéficiant ou pouvant bénéficier du mécénat. Avec l'appui des Dispositifs Locaux d'Accompagnement (DLA) et les têtes de réseaux associatifs, un questionnaire a été envoyé à près de 1 200 associations pour connaître leurs pratiques, leur perception quant à leurs besoins et leurs attentes.

Domaine d'intervention de l'association	Nombre de réponses
Culture	29
Santé / social	15
Sciences	2
Sport	2
Environnement	11
Total	59

Répartition par domaine d'intervention des associations ayant répondu

59 associations ont répondu de façon plus ou moins précise au questionnaire. Les réponses proviennent principalement structures de taille intermédiaires et de grosses associations. Ainsi, 37 associations (62 % des réponses) ont des budgets supérieurs ou égaux à 100 000 euros. A l'inverse, seules 11 associations ont des budgets inférieurs à 10 000 euros. 43 % ont plus de 4 salariés et seulement 6 ne sont pas employeuses. 56 % ont plus de 70 adhérents, dont 14 comptent plus de 150 adhérents. Enfin, 32 associations ont été créées depuis plus de 20 ans, 13 ont entre 10 et 20 ans, 14 ont moins de 20 ans (8 associations ayant répondu n'ont pas précisé leur date de création).

- **Les relations des associations avec les entreprises**

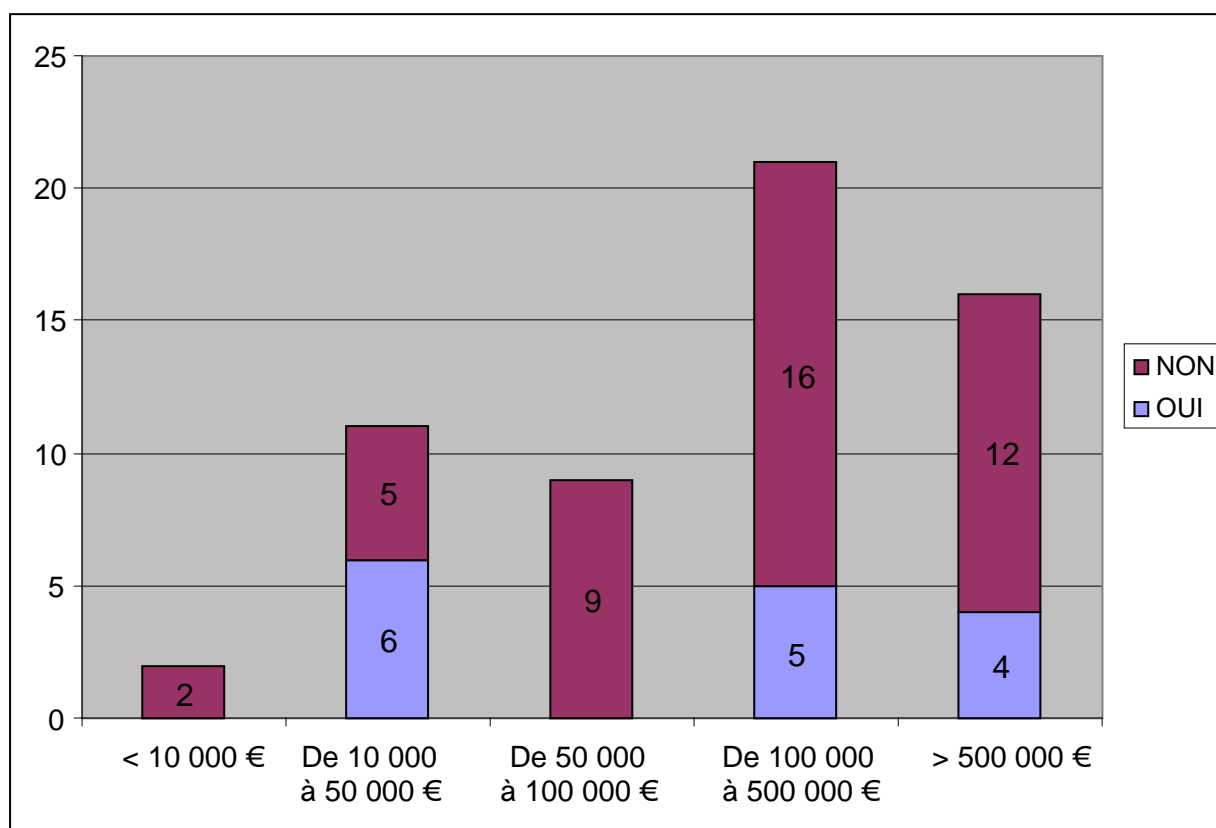
Pour 37 associations, nouer des relations avec les entreprises est un enjeu pour le développement des activités de l'association. 21 ont d'ailleurs désigné une personne chargée de développer ces relations. Lorsque l'association est employeuse il s'agit souvent d'un membre de l'équipe de direction ou du chargé de communication; pour deux d'entre elles, cette fonction est confiée à un membre du bureau.

Enfin, 12 associations ont des entreprises au sein de leur Conseil d'Administration, qui sont aussi membres du bureau pour 8 d'entre elles. 5 de ces structures bénéficient actuellement de mécénat.

- **La mobilisation du mécénat d'entreprise par les associations**

Il est à noter que 19 associations ont déjà sollicité une ou plusieurs fondations d'entreprises au niveau national, qui s'est concrétisé pour 8 d'entre elles.

15 associations (26 % des réponses) bénéficient ou ont bénéficié de mécénat d'entreprises locales.



Associations bénéficiant du mécénat (classement selon le budget de l'association)

Il s'agit principalement de mécénat financier (11 associations). Trois structures ont obtenu une aide en nature, en plus d'un soutien financier. Deux associations ont recueilli un apport en compétences et des dons en nature, en plus du soutien financier (le FRAC dans le cadre d'une aide à l'installation d'exposition, l'association AMAVADA pour la mise aux normes du local "la fermeture éclair").

La moitié des associations en bénéficient depuis moins de trois ans.

Si oui, depuis combien de temps votre association bénéficie-t-elle du mécénat ?	Total
Entre 1 et 3 ans	4
Moins de 1 an	2
Plus de 3 ans	6
Total	12

Pour 8 d'entre elles, la relation avec l'entreprise s'est nouée grâce à une relation personnelle l'entreprise et un membre de l'association et 3 ont bénéficié de l'intermédiation d'une tierce personne, ce qui tend à conforter la notion de mobilisation d'un réseau proche.

Origine de la relation	Nombre d'associations
Sollicitation par l'entreprise	4
Sollicitation par l'association	6
Mise en relation par une tierce personne	3
Relation personnelle entre un membre de l'association et l'entreprise	8

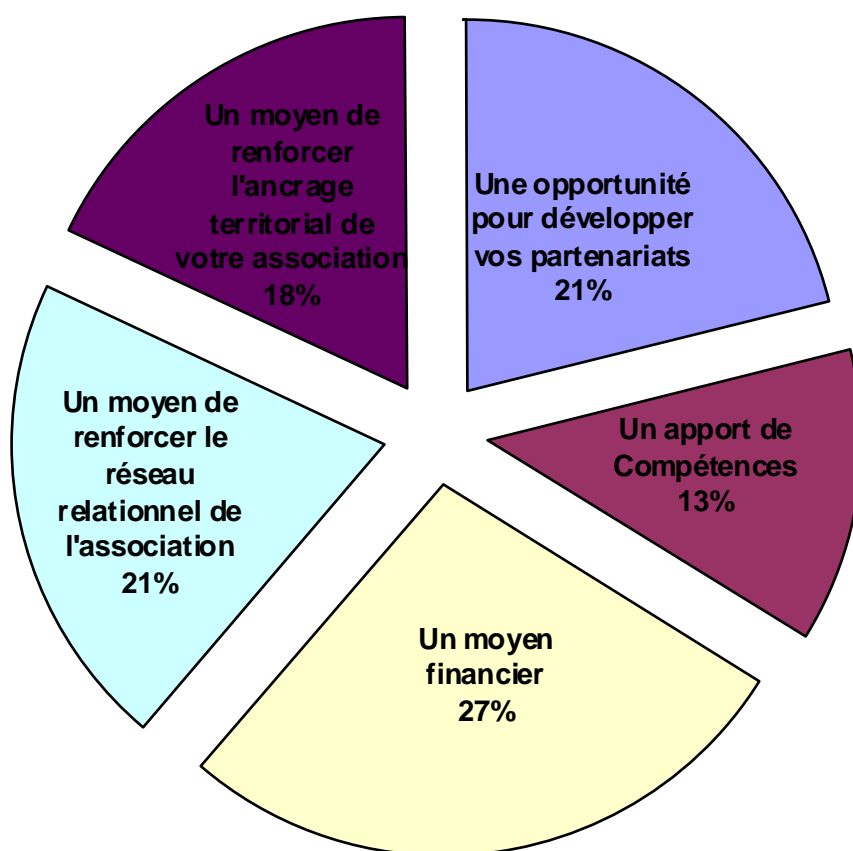
Origine de la relation entre l'association et l'entreprise

Le nombre d'entreprises qui soutiennent ces actions vont de 4 à une vingtaine (pour l'association LHM sport) et les sommes représentent 700 à 25 000 euros (relais d'sciences, association pour le développement de la culture scientifique).

• Comment les associations perçoivent le mécénat ?

Une quarantaine d'associations ayant répondu au questionnaire ont indiqué ce que le mécénat représentait pour elles. Elles étaient invitées à classer des réponses en fonction de leur priorité d'importance. Le graphique ci-après pondère les réponses en fonction de l'importance que leur donne les associations.

Pour près de la moitié d'entre elles, le mécénat est avant tout perçu comme un apport financier. 10 y voient avant tout une opportunité pour développer des partenariats. Les entreprises sont encore peu perçues comme pouvant apporter des compétences nécessaires à l'activité de l'association.

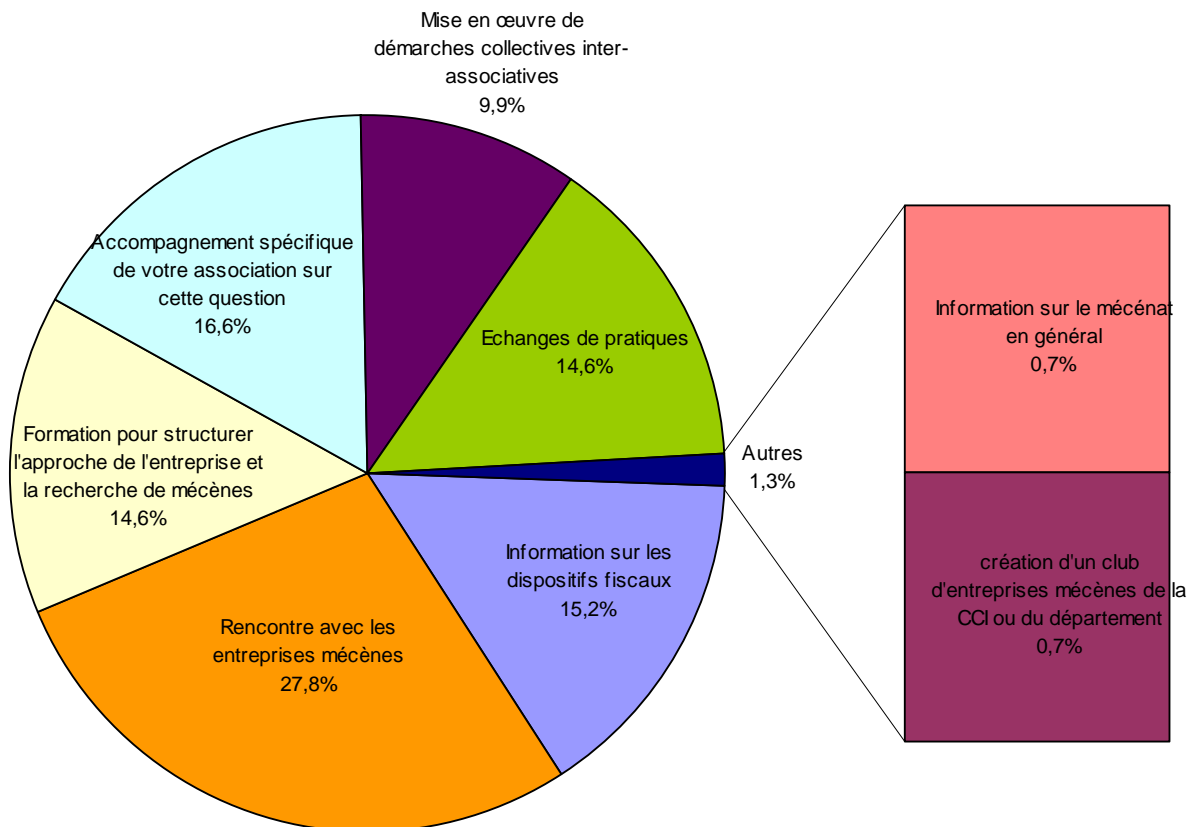


La perception du mécénat vu par les associations

• **Quelles sont leurs attentes ?**

48 associations ont fait part de leurs besoins et de leurs attentes sur la question du mécénat. La demande de temps, voire de lieux de rencontre entre les entreprises potentiellement mécènes et les porteurs de projets est forte, ainsi que la demande d'appui à la structuration de la démarche de recherche de mécènes (qui passe par de l'information, de la formation et de l'accompagnement de la structure associative).

Une association évoque la nécessité de créer un club d'entreprises mécènes porté par la CCI ou le département.



Réponse à la question "Quels sont vos besoins et vos attentes sur le mécénat d'entreprise ?"

II.1.3. Les leviers et les freins au développement du mécénat en Basse-Normandie

II.1.3.1. Les leviers

II.1.3.1.1. L'action de la CCIT de Caen

La Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale (CCIT) de Caen souhaite dynamiser le mécénat culturel des entreprises de son territoire. Elle est déjà impliquée dans des partenariats avec l'Institut Mémoires de l'Édition Contemporaine (IMEC) avec lequel elle a organisé une exposition au sein de la CCI et a favorisé l'organisation de l'association "les amis de l'IMEC". Elle a participé activement à l'opération de mécénat organisée par la ville de Bayeux dans le cadre de l'exposition "Emakimono et Tapisserie

de Bayeux : dessins animés du Moyen Age" (voir chapitre "Quelques actions qui bénéficient du mécénat").

Lors du colloque organisé par la Région "pour une nouvelle économie de la culture", le Président de la CCIT, Michel COLLIN, a annoncé la création d'une fondation territoriale pour accompagner le financement de projets culturels, dont le capital initial sera abondé par les entreprises adhérentes et la CCIT (dans une logique d'un euro versé par une entreprise/un euro versé par la CCIT). Cette dernière souhaite que cette fondation joue un rôle de médiation sur le mécénat auprès de tous ses ressortissants et puisse être repérée comme un lieu d'information et de rencontre sur cette question.

Pour engager une dynamique autour de ce projet, la CCIT a organisé une rencontre entre entreprises qui souhaitent faire du mécénat en marge de la finale du troisième concours européen de piano Ouistreham Riva, qui s'est tenue le 19 octobre 2011 au théâtre de Caen. Cette fondation devrait voir le jour au premier semestre 2012.

II.1.3.1.2. Des réflexions en cours sur le développement du mécénat

Le 30 juin 2011, le Conseil Régional a organisé un colloque intitulé "Vers une nouvelle économie de la culture" avec l'appui technique de l'Observatoire des Politiques culturelles. Cette manifestation, qui a réuni plus de 200 acteurs culturels de la région, proposait d'ouvrir une réflexion et une concertation sur les liens entre art, culture et économie, dans un contexte en profonde mutation.

La matinée, consacrée aux enjeux actuels de l'économie de l'art et de la culture en termes de nouvelles pratiques, de nouveaux partenariats à développer, était suivie l'après-midi par un travail en ateliers autour de trois thématiques (le mécénat culturel : les nouvelles pistes, logiques de réseaux, pratiques solidaires et de mutualisation, entre public et privé, quelles pratiques contractuelles dans le champ culturel et artistique ?). L'atelier consacré au mécénat a réuni plus d'une cinquantaine d'acteurs culturels. Un juriste a fait le point sur le dispositif juridique et fiscal du mécénat et la discussion a été illustrée d'exemples de projets soutenus par le mécénat (l'action du centre régional culturel de Tessy sur Vire qui bénéficie du soutien d'un collectif d'entreprises de Saint-Lô, la présentation des dispositifs de mécénat citoyens dans le cadre des Associations pour le Maintien des Alternatives en matière de Culture et de Création Artistique -AMACCA-). Michel COLLIN, Président de la CCIT de Caen, a souligné l'intérêt que les entreprises avaient à soutenir la culture, facteur d'attractivité pour le territoire et créatrice de richesses. Les échanges qui ont suivi ces interventions résument assez fidèlement les freins qu'il va falloir lever pour développer le mécénat. Des questions très précises ont été posées concernant la mise en œuvre du dispositif juridique et fiscal. Les échanges ont souligné la complexité et l'aspect chronophage de l'organisation d'une recherche de partenariats financiers entre les structures et les entreprises. Certaines craintes ont aussi été exprimées. Ainsi, les participants ont rappelé que la mobilisation de financements privés devait venir en complément et non se substituer aux subventions publiques. La crainte de voir le soutien des entreprises aller principalement vers les arts plus consensuels ou fédérateurs au détriment de ceux moins accessibles au grand public a aussi été évoquée lors de cet atelier.

Ces échanges ont aussi permis de dégager des pistes de travail pour favoriser le développement du mécénat. Il a été proposé de recenser les entreprises mécènes, d'organiser des rencontres entre les structures culturelles et les entreprises, de

favoriser la visibilité des projets qui souhaitent bénéficier du mécénat. Enfin, de nombreux acteurs ont rappelé l'importance de renforcer l'information sur le mécénat.

Le GRAINE, l'Union Régionale des Centres Permanents d'Initiatives pour l'Environnement (URCPIE), la CRESS et les DLA, la DREAL et la Région Basse-Normandie viennent d'engager un travail sur la question des partenariats associations/entreprises dans la Région. Ainsi, en septembre 2011 une journée d'échanges intitulée "organisons-nous pour construire des partenariats entre entreprises et associations environnementales" a été organisée, à laquelle a participé une quarantaine d'associations. Suite à une présentation des différentes modalités de partenariats possibles, deux exemples de partenariats réussis ont été présentés. Ce premier temps d'échanges a été suivi d'une journée "passerelle", organisée le 30 novembre 2011 à l'université de Caen dans le cadre des assises régionales du développement durable, au cours de laquelle les associations qui le souhaitaient pouvaient rencontrer des entreprises pour évoquer leur projets et envisager des partenariats.

II.1.3.1.3. Une certaine dynamique repérée dans les entreprises déjà mécènes

Les entretiens menés par le CESER auprès des entreprises repérées comme mécènes dans la région font ressortir une réelle volonté de dynamique chez certaines d'entre elles. Plusieurs ont ainsi souligné l'importance de maintenir voire d'amplifier leur politique de mécénat, ce que semble confirmer le sondage effectué auprès des entreprises. Ainsi, sur les 31 entreprises déclarant être mécènes, quatre entreprises déclarent vouloir renforcer leur action, 24 déclarent vouloir la maintenir, une seule souhaitant la réduire, évoquant une conjoncture économique peu favorable.

Certaines entreprises jouent parfois le rôle de médiateur sur les projets et activent leur réseau pour mobiliser d'autres mécènes sur les actions. Ainsi, pour l'exposition "écarlate", le FRAC a bénéficié d'un mécénat de compétence d'entreprises contactées par une entreprise mécène ayant déjà participé à une exposition. Les actions du centre culturel régional de Tessy sur Vire sont soutenues par un nombre croissant d'entreprises, convaincues par le dirigeant de l'entreprise Best Of Assistance, mécène "historique" de la structure.

Les entreprises identifiées comme mécènes sont largement sollicitées. Ainsi, la fondation d'entreprise LEGALLAIS BOUCHARD a reçu plus d'une cinquantaine de projets en moins de 6 mois, GDF-SUEZ reçoit en moyenne près de 300 projets par an et le groupe régional La Poste constate, lui aussi une augmentation importante des demandes.

Pour pouvoir répondre à cette problématique, la majorité des entreprises mécènes auditionnées a évoqué la nécessité de se coordonner, voire de se structurer en réseau. Repéré par les porteurs de projets comme des interlocuteurs privilégiés du monde économiques sur cette question, ce réseau pourrait jouer un rôle moteur auprès des autres entreprises. Ainsi, en favorisant l'échange de pratiques et la connaissance des thématiques sur lesquelles les entreprises interviennent, ce réseau faciliterait l'orientation des porteurs de projets, permettrait d'organiser un "turn over" des mécènes sur les projets soutenus, tout en assurant un rôle de promoteur du mécénat.

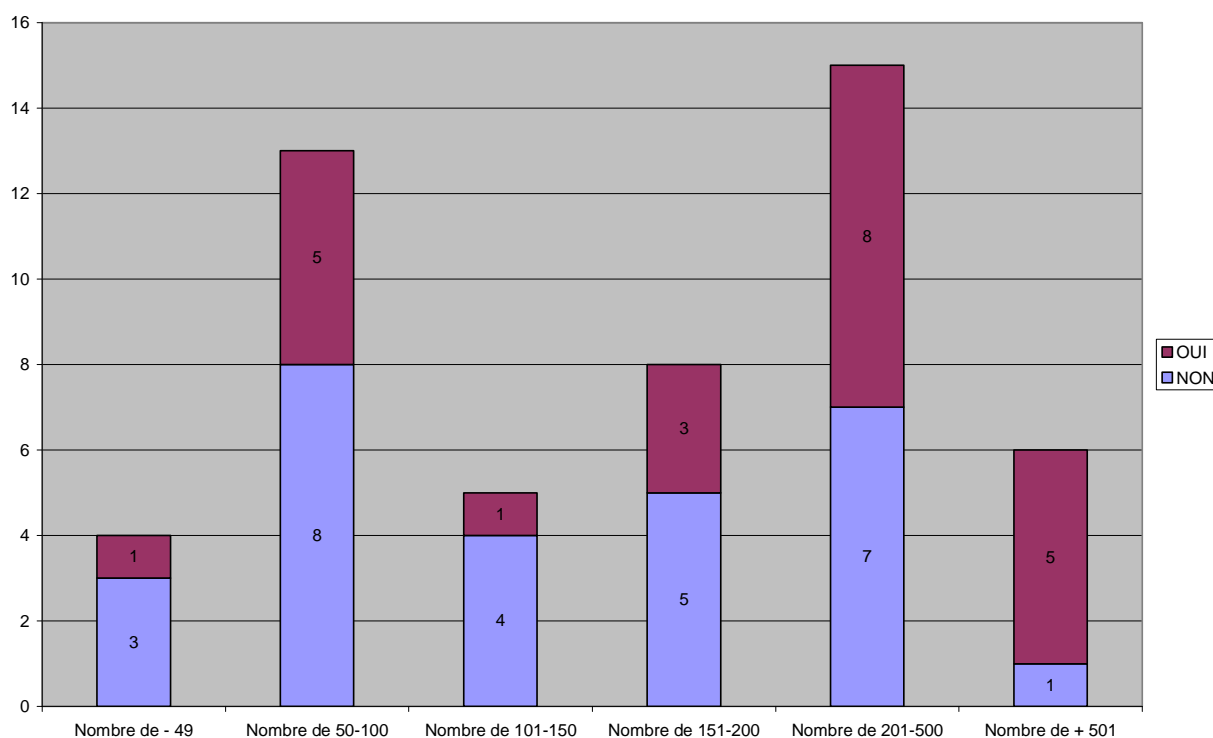
Pour éviter que les sollicitations importantes ne deviennent, à court terme, des facteurs de démobilité, ces entreprises insistent sur la nécessité de

professionnaliser les porteurs de projets dans leur démarche de collecte de fonds. En effet, les projets proposés ne correspondent pas toujours aux thématiques soutenues par les entreprises sollicitées ou sont présentées de façon si sommaire qu'il est difficile de juger de la qualité de l'action et de son organisation.

II.1.3.2. Les freins

II.1.3.2.1. Le mécénat : un dispositif et des pratiques encore méconnus

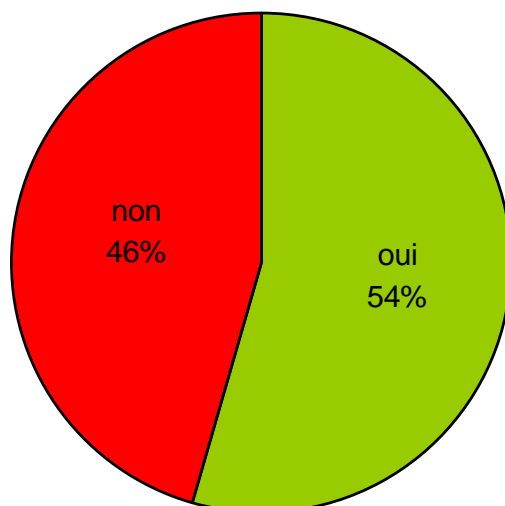
L'enquête et les entretiens montrent une relative méconnaissance par les entreprises du dispositif fiscal, notamment dans celles de moins de 200 salariés où seulement un tiers des entreprises ayant répondu déclare connaître le dispositif fiscal lié aux actions de mécénat. De plus, sur les 23 entreprises qui ne sont actuellement pas mécènes, 10 évoquent le manque d'informations sur le mécénat.



Réponse (selon la taille des entreprises) à la question "Connaissez-vous les avantages fiscaux dont peut bénéficier une entreprise pour une action de mécénat ?"

Du côté des porteurs de projets et des associations, si le dispositif fiscal semble mieux connu (54% des associations déclarent connaître les avantages fiscaux dont peuvent bénéficier les entreprises dans le cadre du mécénat), les demandes d'information restent tout de même nombreuses (exprimées par sur 39 associations ayant répondu à la question). 19 porteurs de projets ont fait la démarche pour bénéficier du rescrit fiscal.

**Connaissez-vous les avantages fiscaux
auxquels peuvent prétendre les entreprises
qui font du mécénat**



II.1.3.2.2. Pour les porteurs de projets, une démarche perçue comme complexe et chronophage

La démarche de mobilisation du mécénat d'entreprise est perçue comme complexe par les porteurs de projets. Elle est évoquée par les 27 associations qui ont répondu à la question ouverte sur les principaux freins au développement du mécénat d'entreprise en Basse-Normandie. C'est aussi ce qui ressort du graphique ci-dessous présentant les raisons invoquées par les associations qui ne bénéficient pas de mécénat.

17 associations qui, à ce jour, ne bénéficient pas de mécénat d'entreprise ont évoqué les raisons qui font qu'elles ne mobilisent pas cette modalité de financement. Le manque de temps, la difficulté à identifier et à mobiliser les partenaires, la difficulté à mettre en place des projets qui pourraient bénéficier d'un soutien des entreprises sont les principaux arguments avancés.

Motifs invoqués	Nombre de réponses
Difficulté à mettre en place des projets	29
Manque de temps	14
Complexité de la démarche	9
Difficulté à identifier les partenaires	18
Difficulté à mobiliser les partenaires	12
Par souhait	9

**Les raisons invoquées par les associations et porteurs non mécènes
(plusieurs réponses possibles)**

Ces éléments reviennent fréquemment dans les réponses à la question ouverte posée dans le cadre du questionnaire sur les freins au développement du mécénat dans la région. Ainsi pour 10 associations, le principal frein est la méconnaissance du

dispositif juridique et fiscal par les porteurs de projets, mais aussi par les entreprises. 8 associations évoquent le manque de temps et de disponibilité des bénévoles. Conscientes du temps que prend l'engagement dans une telle démarche, 8 associations évoquent le manque de moyens humains au sein de leur structure pour formaliser et suivre la démarche. Enfin, deux associations regrettent le manque de relais sur cette question au niveau régional.

La complexité et l'aspect chronophage d'une telle démarche sont confirmés par les porteurs de projets rencontrés lors des auditions. Le directeur du centre culturel régional de Tessy sur Vire, dont certaines actions ont bénéficié du soutien financier et matériel de plusieurs entreprises, évoque une "démarche de longue haleine", initiée depuis huit ans, qui nécessite un suivi régulier. La responsable de la mise en œuvre du jardin thérapeutique du Centre François Baclesse déclare avoir consacré près de 20 % de son temps de travail à la rencontre des entreprises et à la collecte de fonds.

II.1.3.2.3. Le mécénat, tributaire de la situation économique

C'est la principale raison invoquée par les entreprises bas-normandes qui ne font pas de mécénat.

Dans les freins au développement, plusieurs associations évoquent la situation économique non favorable, conjuguée à une forte sollicitation des entreprises par les associations. 3 associations évoquent d'ailleurs le risque de concurrence entre les projets (une regrettant que le mécénat soit principalement orienté vers la culture).

II.1.3.2.4. Le manque d'organisation régionale et locale

Force est de constater que la Basse-Normandie s'est encore peu organisée à l'échelle régionale, voire locale. Si la DRAC a désigné un correspondant mécénat, celui-ci est peu sollicité par les porteurs de projets ou les entreprises pour organiser des manifestations de sensibilisation au mécénat.

La DREAL vient de nommer un correspondant mécénat, qui est encore en phase de réflexion sur les actions à mener pour promouvoir le mécénat environnemental.

L'ordre des experts-comptables a nommé deux correspondants, mais ceux-ci sont très peu sollicités par les entreprises à la recherche d'informations sur les dispositifs fiscaux.

Exception faite de celle de Caen, les Chambres de Commerce et d'Industrie de la région n'ont pas investi ce champ. Aucune n'a nommé de correspondant mécénat dans le cadre de la convention nationale signée entre l'ACFCI et le ministère de la culture et toutes indiquent n'avoir jamais été sollicitées par leurs ressortissants pour développer cette pratique.

Les Dispositifs Locaux d'Accompagnement ont une mission d'aide et de conseil auprès des structures développant des activités et des services d'utilité sociale qui génèrent de l'emploi (associations, coopératives, structures d'insertion par l'activité économique). Mis en place en 2004 en Basse-Normandie, ces relais sont financés par l'Etat, la Caisse des Dépôts et le Conseil Régional. Le Centre Régional de Ressources et d'Animation (C2RA), porté par la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire (CRESS), assure l'animation du réseau des 4 DLA de la région (2 dans la

Manche, un dans le Calvados, un dans l'Orne). Sur la base d'un diagnostic partagé de la structure qui les a sollicités, les DLA l'accompagnent dans son développement.

Ils reconnaissent être peu sollicités par les associations sur le mécénat. Depuis 2004, seules 68 structures ont bénéficié d'un accompagnement pour développer le mécénat.

Les associations relèvent l'absence d'une structure organisée pour faciliter les démarches de rapprochement entre les entreprises et les associations. Concernant les besoins, 18 associations souhaitent des temps et/ou des lieux de rencontres entre elles et les mécènes potentiels.

Dép.	Accompagnement individuel	Accompagnement collectifs	Nb de structures bénéficiaires	Domaines d'activité
Calvados	0	5	35	IAE, culture, généraliste
Manche	4	3	32	Culture
Orne	1	0	1	Culture
Total	5	8	68	

II.1.3.2.5. Une relative persistance des préjugés

Les entreprises regrettent que certains projets qui leur sont présentés ne soient pas ou peu finalisés, ce qui renforce l'impression d'être perçu comme un " tiroir caisse " ou comme un palliatif aux baisses de subventions publiques.

Les entreprises non mécènes à qui on ne présente pas de projets intéressants à soutenir et des associations qui ne s'engagent pas dans une démarche auprès des entreprises, persuadées que leurs projets ne peut pas les intéresser sont autant de signes d'une persistance de ces préjugés. Enfin, pour 9 associations, le non recours au mécénat est avant tout un choix, parfois argumentée par la crainte d'une instrumentalisation. De plus, certaines associations craignent que le développement du mécénat soit l'occasion d'une baisse des fonds publics.

Certaines entreprises sont encore très connotées (refus de bénéficier de l'apport financier de certains mécènes). Certains préjugés (sur la culture, certaines entreprises marquées, des craintes de se voir financer par des entreprises uniquement pour l'image) persistent.

II.1.3.2.6. Un déficit d'image, d'identité du territoire

De nombreuses personnes auditionnées ont souligné une difficulté d'identification au territoire (l'identité territoriale encore assez peu développée, pas assez porteuse de sens pour l'entreprise), ainsi que le manque de grands évènements fédérateurs.

Lors des entretiens menés avec les associations et les entreprises, il a été demandé quel était le positionnement sur la création d'une fondation territoriale. De nombreuses réponses, s'appuyant sur les fondations qui fonctionnent dans des régions à forte identité (Nord-Pas-de-Calais, Alsace, Catalogne) ont évoqué le fait que la Normandie ne pouvait pas s'appuyer sur une identité aussi forte.

Enfin, lors que le sujet a été abordé lors des entretiens, certaines entreprises se sont montrées peu convaincues de l'intérêt de promouvoir un territoire par le mécénat.

II.2. LES EXEMPLES LOCAUX DE MECENAT D'ENTREPRISE

Il a paru intéressant de conclure cette étude par la présentation de pratiques repérées tant chez les entreprises mécènes que dans les structures qui en bénéficient.

II.2.1. Pratiques d'entreprises mécènes

II.2.1.1. Le mécénat du Crédit Agricole

En Basse-Normandie, le Crédit Agricole regroupe une centaine de caisses locales, 1 350 élus (un président et 12 administrateurs par caisse locale) et une Caisse Régionale. La banque mène une politique d'accompagnement des initiatives des territoires dans le cadre d'un "fonds d'initiatives locales" auquel l'établissement bancaire régional consacre 1 % de son résultat net. A l'initiative des caisses locales, cette politique s'articule autour de deux types d'interventions :

① Chaque caisse locale peut financer directement tous les projets locaux qui lui sont soumis dont la participation financière est inférieure à 2 500 euros. Le principal critère d'intervention étant l'intérêt du projet pour le territoire de la caisse, les projets soutenus dans ce cadre ne relèvent pas uniquement du mécénat, certaines actions s'approchant plus du parrainage (comme, par exemple, le soutien financier aux équipes sportives locales). En 2010, les Caisses Locales ont ainsi participé au financement de 261 actions, pour une somme globale de 160 266 euros, avec la répartition géographique suivante :

Départements	Nombre de dossiers	Montant
Calvados	58	42 512 euros
Manche	94	58 072 euros
Orne	109	59 682 euros
Total	261	160 266 euros

Répartition géographique des dossiers accompagnés financièrement par les caisses locales du Crédit Agricole

Source : Crédit Agricole de Basse-Normandie

② Pour les projets "durables" (*i.e* excluant le financement d'évènementiels), relevant uniquement du mécénat dont le financement demandé est supérieur à 2 500 euros, les caisses locales peuvent solliciter l'intervention financière de la Caisse Régionale. Les dossiers sont alors soumis à une commission régionale composée de 15 élus, du Président et du Directeur de la caisse régionale, membres de droit. En 2010, la Caisse Régionale a ainsi financé 42 projets, pour un montant global de 258 700 euros, dans les domaines culturels (5 projets et 16 000 euros), économique, environnementaux, développement durable (9 dossiers et 36 500 euros), sociaux (13 dossiers et 125 500 euros), formation éducation (2 dossiers et 5 500 euros).

Pour les projets de plus grande envergure, la Caisse Régionale peut solliciter la participation financière de la "Fondation Crédit Agricole - Pays De France" et l'association "Crédit Agricole Solidarité et Développement" (CASD).

"La Fondation Crédit Agricole - Pays de France" a été créée en 1979 et reconnue d'utilité publique en 1983. Structure à capital non consommable dotée de 50 millions de Francs (7 622 450 euros), elle participe au financement de projets dans 6 domaines :

- préservation, restauration et réutilisation du patrimoine bâti,
- création, enrichissement d'écomusées et de musées,
- sauvegarde du patrimoine artistique et culturel,
- mise en valeur de jardins, sites et zones naturelles,
- préservation des témoignages de l'économie rurale industrielle et maritime ancienne, du maintien des métiers à tradition,
- opérations d'animations locales ou sociales.

Depuis sa création, la fondation a financé 979 projets sur tout le territoire national, pour un montant global de près de 27 millions d'euros.

Les projets repérés par les caisses locales sont transmis à la Caisse Régionale qui les soumet à l'approbation du conseil d'administration de la fondation. En cas d'acceptation d'intervention de la Fondation, la caisse régionale organise le versement de la subvention au projet retenu. La contrepartie demandée a minima par la fondation est la pose d'une plaque rappelant la participation de la fondation au projet et la mention du mécénat du Crédit Agricole sur les supports de communication du projet. La subvention accordée vient compléter celle versée par la caisse régionale.

En Basse-Normandie, la fondation est régulièrement sollicitée et contribue au financement d'un à deux projets par an. Ainsi, en 2010, la fondation et la caisse régionale ont participé au financement du projet de valorisation touristique d'un site minier dans l'Orne par l'association "le savoir et le fer" et à la restauration des grandes orgues de Notre Dame d'Alençon.

L'association "Crédit Agricole Solidarité et Développement" (CASD) a été créée en 1983 pour soutenir, encourager et développer les actions de solidarité internationales mises en place par les Caisses Régionales dans les domaines :

- du microcrédit et de la micro-finance,
- du développement agricole et rural,
- de l'accès aux besoins de première nécessité.

Depuis 2000, l'association intervient aussi en France sur le financement de programmes d'insertion économique et sociale de personnes en difficulté et la création d'entreprises (en partenariats avec trois grands réseaux nationaux : France Active, Association d'Aide à l'Imitative Economique), et dans l'aide au logement des personnes les plus démunies dans le cadre du Programme Solidarité Logement.

En 2009, le CASD a financé 22 projets pour un montant total de 1,22 million d'euros.

L'association vient en soutien des projets présentés et financés par les caisses locales et régionales selon la règle du doublement de la subvention attribuée par la caisse régionale. Ainsi, depuis 2008, la Caisse régionale de Normandie, en partenariat avec l'Association des Organisations Professionnelles Paysannes (AOPP) malienne, participe au financement de caisses mutuelles de solidarité au Mali, à hauteur de 30 000 euros par an sur trois ans . La caisse régionale et le CASD ont aussi participé

au financement de "la chaîne de l'espoir", organisation humanitaire assurant l'accueil, les soins chirurgicaux et le suivi médical d'enfants issus des pays défavorisés.

II.2.1.2. Le mécénat de BNP PARIBAS

La fondation BNP PARIBAS est née en 2000, suite à la fusion des deux groupes bancaires. Elle prend appui sur les thématiques que chacun des groupes soutenait avant la fusion (la BNP par le biais de sa fondation et PARIBAS dans le cadre d'une régie directe, rattachée au service de la communication). La fusion et la création de la fondation ont été l'occasion de redéfinir et de rationaliser les thématiques d'intervention, en prenant appui sur les axes communs que soutenait chacun des groupes. C'est une fondation sous égide de la Fondation de France, cette dernière gérant tout l'aspect administratif et comptable de l'action de la fondation.

Dotée d'un budget d'intervention de 6,3 millions d'euros pour 2011 et d'une équipe d'une dizaine de salariés, la fondation intervient dans cinq thématiques :

- Dans le domaine de la culture, elle participe à la restauration des œuvres dans le cadre du programme "BNP PARIBAS pour l'art" et édite les albums de la collection "Musées et Monuments de France". Elle soutient les arts de la scène (nouveaux arts du cirque et danse contemporaine), les musiques classique, baroque et le jazz, dont la fondation est aujourd'hui un des principaux mécènes.
- Dans le domaine de la solidarité, la fondation soutient deux programmes : "Coups de pouce aux projets personnels", qui permet d'abonder le financement de projets de solidarité dans lesquels les collaborateurs du groupe sont particulièrement impliqués et "Projet banlieue" (soutien aux actions favorisant le lien social et la création d'emploi dans les quartiers défavorisés).
- Dans le domaine de l'éducation, la fondation travaille en partenariat avec l'Association de la Fondation Etudiante pour la Ville (AFEV) pour mobiliser des étudiants sur l'accompagnement scolaire des jeunes en difficulté.
- Dans le domaine de la recherche, la fondation finance des actions de fondations de recherche médicale.
- L'action dans le domaine de l'environnement est actuellement en cours de réflexion.

A sa création, l'action de la fondation était principalement centrée sur la France. Aujourd'hui, le groupe BNP PARIBAS est présent dans 84 pays et la fondation internationalise son intervention. Elle vient notamment en soutien des filiales nationales qui souhaitent créer leur propre fondation. Elle a initié la semaine corporate philanthropy qui, chaque année, regroupe les représentants des filiales internationales qui souhaitent structurer une politique de mécénat.

Aujourd'hui, la fondation reçoit près de 5 000 sollicitations par an, provenant de contacts directs ou de collaborateurs du groupe.

En Basse-Normandie, la fondation a participé à la restauration de tableaux ("Le mariage de la vierge" de PERUGUIN du musée des Beaux Arts de Caen en 1995, l'Assomption de Philippe de CHAMPAIGNE et l'Assomption de Charles LE BRUN du musée Thomas HENRY de Cherbourg en 2000) dans le cadre de son programme "BNP PARIBAS pour l'art". Elle a édité l'album de la collection permanente du musée des Beaux Arts de Caen en 1994 et celui de la collection du mémorial de Caen en 2004.

Au niveau régional, le groupe BNP PARIBAS emploie 260 collaborateurs dans 31 agences, regroupées en 6 entités commerciales, chacune pilotées par un directeur, placé sous l'autorité de la Direction Régionale basée à Caen. Cette dernière fait partie d'une Direction de Réseau basée à Lille qui couvre la Grande Normandie, le Nord, le Pas de Calais et la Picardie. Le budget régional consacré au mécénat est piloté par la Direction Régionale, qui établit chaque année un plan d'actions prévisionnel et de financement sur la base des sollicitations remontées par les Directions d'Entités ou reçues directement par la Direction Régionale. Ainsi, en 2010 en Basse-Normandie, le groupe est intervenu sur de nombreux projets (participation au financement d'avant premières de film, au spectacle de la compagnie Aurélien Bory au théâtre de Caen, à la soirée jazz à Caen, la rénovation de livres anciens en partenariat avec l'évêché de Coutances...). En 2011, près d'une dizaine d'actions ont pu bénéficier de mécénat du groupe (association l'ANCRE, festival Télérama à Cherbourg, opération balles jaunes dans l'Orne, festivals "jazz en baie"). Certains projets, par leur dimension et leurs volumes financiers sont pris en charge directement par la Direction du Réseau de Lille, voire par le mécénat du groupe au niveau national.

Dans la majorité des cas, la banque signe des conventions avec les porteurs de projets mécènes, précisant les contreparties attendues (mis à disposition d'espaces pour l'organisation d'une soirée privée réservée aux clients et relations de la banque, invitations aux vernissages et avant-premières, invitations gratuites destinées aux clients partenaires et collaborateurs de la banque, renvoi au site web institutionnel de la banque sur les pages "partenaires" des structures soutenues et accompagnées).

II.2.1.3. La Fondation LEGALLAIS, première fondation d'entreprise en Basse-Normandie

LEGALLAIS BOUCHARD est une entreprise de distribution de quincaillerie à destination des professionnels du bâtiment, dont le siège social est installé à Hérouville Saint Clair, au cœur du quartier de la CITIS. Dotée d'un centre de logistique à Saint André sur Orne et de 11 points de ventes sur toute la France, l'entreprise compte plus de 600 salariés. Impliquée dans une démarche de développement durable et de responsabilité sociale, LEGALLAIS BOUCHARD est certifiée *ISO 9001 et 14001* (norme de certification environnementale internationale) depuis 2010. Signataire du *global impact* (pacte mondial des Nations Unies), elle mène une réflexion pour s'engager dans une certification *ISO 26000* (intégration de la responsabilité sociale de l'entreprise). Sa politique de mécénat s'inscrit donc dans le cadre plus global de ces réflexions.

L'entreprise pratique le mécénat selon deux modalités :

- Une modalité "classique" au terme de laquelle elle répond aux sollicitations financières qu'elle reçoit en fonction de l'intérêt que les responsables portent aux dossiers (une logique "fait du Prince").
- Une part du chiffre d'affaire est réservée au soutien à des projets dans les domaines de la solidarité et de l'environnement : l'entreprise a récemment créé sa propre marque de quincaillerie et décidé de consacrer 1 % des bénéfices dégagés par les produits de la marque au financement d'actions d'intérêt général. En 2010, les bénéfices liés à la marque représentent 5 % du chiffre d'affaires.

De plus, lors de la foire aux greniers d'Hérouville Saint Clair, les salariés se mobilisent pour vendre à des prix avantageux les surplus de la collection de l'année précédente. Les sommes récoltées sont versées à une association d'aide aux personnes choisie par les salariés.

En novembre 2010, pour éviter un "saupoudrage" des aides financières tout en impliquant plus largement les salariés, les dirigeants de l'entreprise ont décidé de créer une fondation d'entreprise. Cette structure juridique a été préférée au fonds de dotation, moins structurant et moins porteur d'image pour l'entreprise.

D'une durée de 5 ans, la fondation est composée d'un Conseil d'Administration de 12 membres bénévoles (8 membres de l'entreprise, dont un représentant du personnel désigné par le comité central d'entreprise ; 4 personnalités qualifiées choisies par les membres fondateurs) se réunissant 3 à 4 fois par an. Elle est dotée d'un capital consommable de 200 000 euros pour 5 ans (40 000 euros par an). Les premières réunions du Conseil d'Administration ont été consacrées à la définition de la politique et des critères d'attribution d'aides aux projets. Aucune personne n'ayant été spécifiquement embauchée pour gérer la Fondation, l'entreprise compte sur l'implication des salariés.

La philosophie d'intervention choisie est de "donner les moyens de faire, plutôt que faire de l'assistanat". Ainsi, même si elle s'engage à accompagner les projets dans le long terme, l'aide qu'elle propose a vocation à être interrompue une fois le projet bien engagé.

La fondation apporte ainsi son concours à des projets en lien avec son activité (actions liées à l'habitat social, la transmission des savoir faire artisanaux), ainsi que sur des thématiques plus larges comme l'aide éducative dans les milieux défavorisés ou la protection de l'environnement. Elle a délibérément choisi de ne pas intervenir dans les domaines du sport et de la culture et de ne pas répondre aux demandes d'aide d'urgence, difficilement compatibles avec son fonctionnement et en contradiction avec le souhait d'accompagner les projets sur du long terme. Les fonds sont répartis de façon équitable entre les projets à dimension locale, nationale et internationale (chaque échelon représentant 20 % au minimum et 50 % au maximum des projets présentés). La limite financière d'intervention par action est fixée à 20 000 euros. Les projets peuvent être présentés par des salariés, des clients, des fournisseurs de l'entreprise ou par démarche spontanée des porteurs (un site internet présentant brièvement la fondation vient d'être créé). Il est à noter que, sans communication particulière, la fondation a reçu près de 50 projets en moins de 6 mois.

Un comité de présélection s'assure en amont de l'éligibilité aux critères de la fondation des projets proposés et les propose à la validation du Conseil d'Administration. Toutefois, afin d'éviter d'avoir à réunir trop souvent le Conseil d'Administration, le comité de présélection peut donner son accord pour certains petits projets. Chaque projet financé est suivi par un membre de la Fondation.

La Fondation, qui soutient une dizaine de projets, ne demande aucune contrepartie et ne bénéficie pas de la défiscalisation sur les sommes données, celle-ci s'appliquant déjà sur les sommes que lui verse l'entreprise.

Au niveau international, l'entreprise est notamment mécène du programme de constructions de bâtiments scolaires passifs dans l'Himalaya indien, mis en œuvre par le Groupement Energies Renouvelables, Environnement et Solidarités (GERES) qui,

avec ses partenaires (dont LEGALLAIS), a reçu le prix spécial du jury des premiers "trophées du mécénat d'entreprise pour l'environnement et le développement durable" organisés par le ministère de l'environnement en novembre 2010.

Au niveau national, la Fondation participe financièrement à l'association "l'outil en main", qui regroupe des artisans à la retraite présentant leurs métiers dans les conditions de réalisation à des enfants de 7 à 12 ans. Elle fournit de plus les kits de sécurité distribués par l'association dans le cadre de son activité.

Localement, la Fondation vient de s'engager en tant que mécène de "la foncière - terre de lien". Cette société en commandite par action organise, grâce à l'épargne citoyenne, l'achat collectif de terres, qui sont ensuite louées à des agriculteurs s'engageant dans la production agricole biologique ou biodynamique, avec le souci de dynamiser les territoires ruraux. Dans ce cadre, elle participe à l'installation d'un maraîcher bio situé à Saint Aignan le Cramésnil. Ce soutien financier devrait se prolonger dans une démarche plus structurée, la production du maraîcher pouvant être à terme proposée aux salariés de l'entreprise dans le cadre d'une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP).

Elle soutient les initiatives de l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique (ADIE) de Basse-Normandie en participant financièrement à la mise en place d'un fonds de primes et d'un fonds de prêts d'honneur destinés aux créateurs d'entreprises dans le domaine de l'artisanat du bâtiment accompagnés par l'association. Elle participe aux frais de fonctionnement régional de l'ADIE (à hauteur de 2 500 euros).

L'association d'aide au logement des personnes défavorisées "Habitat et humanisme" du Calvados vient de mettre en place une activité de "jardins partagés" à Caen. La Fondation participe à cette action en donnant du matériel pour la fabrication des cabanes de jardins. Dans la Manche, elle participe aux frais de fonctionnement de la maison relais créée pour accueillir des personnes handicapées.

II.2.1.4. Le mécénat de la Caisse des Dépôts

La politique nationale de mécénat de la Caisse des Dépôts se fixe comme objectifs de "faire partager la culture par le plus grand nombre et en particulier par les publics qui n'y ont pas accès". Les thématiques qu'elle soutient sont :

- la diffusion de la musique classique²⁴,
- l'accompagnement des cultures urbaines,
- le soutien à la lecture des enfants des quartiers sensibles.

En 2009, elle a obtenu la distinction de "Grand Mécène de la culture".

L'accord-cadre 2009-2011 de l'entreprise a mis en place un dispositif spécifique sur le mécénat de compétences, permettant aux salariés de plus de 40 ans ayant au moins dix ans d'ancienneté de passer plusieurs jours par an au service d'une association soutenue ou intervenant dans un des trois domaines soutenus par la Caisse au niveau national (5 jours pour les salariés de plus de 40 ans, 12 jours pour ceux de plus de 55 ans, porté à 15 jours pour les plus de 60 ans).

²⁴ Pour information, la Caisse des Dépôts est propriétaire et mécène du théâtre des Champs Elysées, haut lieu de la musique classique parisien ; elle finance une partie de la programmation artistique.

La Caisse Régionale de Basse-Normandie peut soutenir financièrement les projets de proximité s'inscrivant dans l'une des trois thématiques retenues, dans la limite d'une enveloppe budgétaire régionale fixée au niveau national.

Chaque année, près d'une vingtaine de projets bénéficient du mécénat de la Caisse des Dépôts. A titre d'exemple, on peut citer la participation aux salons du livre de Caen et de L'Aigle. Elle soutient les festivals de cultures urbaines (notamment celui de Caen et les "escales urbaines" d'Equedreville). Elle a participé financièrement à l'accueil en résidence du conteur François EPIARD organisé à Argentan dans le cadre du 8^{ème} festival du conte en 2011, ainsi qu'au travail de recueil et de diffusion de la mémoire des migrants, organisé par l'association Trait d'Union à Caen, avec la participation des élèves du Collège Lycée Expérimental d'Hérouville Saint Clair. Elle a, de plus, fait partie des entreprises mécènes de l'appassionato pendant plusieurs années.

Le principe d'intervention est l'accompagnement des actions au démarrage. La Caisse Régionale apporte un soutien financier pour une durée comprise entre trois et cinq ans, dans une logique de dégressivité. Le soutien financier est compris entre 1 000 et 5 000 euros.

Les projets, proposés dans le cadre d'un dossier-type, doivent faire état des cofinancements déjà acquis. Les porteurs de projets qui répondent aux critères d'intervention sont ensuite reçus. La décision d'intervenir financièrement est prise par un comité mécénat régional, composé des directeurs territoriaux et des chargés de missions territoriaux de la Caisse des Dépôts. Le comité peut proposer certains projets de grande envergure au service mécénat de la Caisse des Dépôts au niveau national, qui bénéficient alors d'un soutien financier national et régional. C'est notamment le cas pour le festival de chant choral *polyfolia* et de *la brèche*, centre régional des arts du cirque, situé à Cherbourg.

Les associations aidées par la Caisse doivent impérativement être éligibles au mécénat, laquelle demande systématiquement le rescrit fiscal. La défiscalisation est gérée au niveau national.

La contrepartie demandée est la présence du logo de la Caisse sur tous les supports de communication, ainsi que des invitations aux actions organisées.

Si aujourd'hui la Caisse Régionale répond à près d'un tiers des projets qu'elle reçoit, les responsables constatent une augmentation récente des demandes de soutien financier reçues par la Caisse Régionale.

II.2.1.5. Le mécénat régional du groupe La Poste

Les orientations de la Fondation La Poste sont liées à la correspondance et à l'écrit, cœur de métier de l'entreprise. Dans le cadre de ses trois axes d'intervention (mettre en valeur la lettre et l'échange de lettres, encourager tout ce qui valorise, complète ou rend plus vivante la lettre ou l'écriture, engagement en faveur des exclus de l'expression écrite) elle soutient des manifestations, participe à la dotation de prix littéraires, aide à l'édition de correspondances et apporte son concours aux actions favorisant l'accès à l'écriture pour tous. Elle remet annuellement le prix Wepler - Fondation La Poste, récompensant une œuvre de littérature contemporaine de langue française "marquée par une audace, un excès, une singularité échappant à toute visée commerciale".

Le développement d'un mécénat au niveau régional date de 2009. Il est géré par la délégation régionale qui, dans le cadre d'une stratégie globale, dispose d'un budget propre pour les actions de communication et de mécénat. Dans cette stratégie globale, la priorité est donnée aux actions de mécénat qui permettent de "faire plus", la défiscalisation, gérée au niveau national, étant reversée au budget régional.

Les critères s'appuient sur l'implantation et le rayonnement du projet sur le territoire et doivent répondre aux valeurs fondamentales de La Poste. Dans le cadre du mécénat, La Poste travaille uniquement avec les porteurs de projets qui bénéficient du rescrit fiscal, invitant ceux qui les sollicitent à en faire la demande auprès des services fiscaux. La délégation régionale signe systématiquement une convention de mécénat avec les porteurs d'actions auprès desquels elle s'engage, indiquant l'objet de l'action, les engagements de La Poste et du porteur, ainsi que les contreparties liées au mécénat. La Délégation Régionale joue aussi le rôle d'intermédiaire entre la fondation d'entreprise et les projets locaux de plus grande envergure dont les objectifs entrent dans les orientations de la Fondation ou dans les grandes thématiques soutenues au niveau national par l'entreprise.

En 2010, la Délégation Régionale, sollicitée par une cinquantaine de porteurs de projets, a conclu 7 conventions de mécénat. Les actions qu'elle soutient se situent dans les domaines de la culture (peindre en Normandie, le Mémorial, le salon du livre passage de témoins de Caen...), du sport (soutien financier de l'école des arbitres de l'USO Mondeville), de la solidarité (soutien au projet "unir la ville", soutien à l'atelier de réflexion "temps de vie, temps de ville" de Deauville...). Les conventions peuvent être signées pour des durées de un à trois ans.

II.2.1.6. Le mécénat du groupe GDF SUEZ

Né en 2008 de la fusion de Gaz de France et de Suez, le groupe GDF SUEZ compte, en Basse-Normandie, 2 400 collaborateurs, répartis dans 25 filiales et entités. Il est présent sur l'ensemble de la chaîne de l'énergie et des services associés, en électricité et en gaz naturel, ainsi que sur les métiers de l'eau et de l'environnement.

Une délégation régionale, interface entre la région et le siège parisien, assure la représentation du Groupe auprès des décideurs et organise les synergies entre ses filiales dans les trois départements.

L'un des nombreux défis que doit relever l'entreprise est la création d'une identité commune entre des salariés issus à l'origine de différents statuts (public et privé) et de différents métiers (production, distribution d'énergie et environnement). Le mécénat pratiqué par le Groupe participe donc de la cohésion interne et favorise la création d'une culture d'entreprise, tout en renforçant la connaissance et l'image du Groupe à l'extérieur.

En tant que mécène, GDF SUEZ intervient, au plan national, dans quatre domaines:

- la solidarité et l'insertion (partenariats avec Emmaüs, le SAMU social, participations aux programmes plaNetfinances et Talents des cités...),
- la valorisation du patrimoine culturel,
- la prévention et la sauvegarde de l'environnement,

- l'insertion et la valorisation par le sport (partenariat avec l'Agence Pour l'Education par le Sport dans le cadre de l'appel à projets "Fais nous rêver", l'association *fête le mur* de promotion du tennis dans les quartiers...).

Le mécénat du groupe s'appuie aussi sur l'activité de la Fondation née de la fusion des deux fondations Suez et Gaz de France. Validées en septembre 2010, les orientations visent à soutenir les actions permettant de réduire les inégalités sociales et environnementales. Ainsi, en matière d'environnement, la fondation soutient les projets liés à la biodiversité, au climat et à l'habitat de demain (encourager un développement urbain éco-responsable et contribuer à la préservation du patrimoine). Dans le domaine social, elle soutient les actions liées à l'énergie solidaire (favoriser l'accès à l'énergie pour les plus démunis, lutter contre la précarité énergétique), à l'enfance et à la jeunesse (favoriser l'accès à l'éducation, à la santé, à la formation et à l'emploi des jeunes). A l'image du groupe, la Fondation intervient à la fois sur des actions nationales et internationales.

GDF SUEZ est aussi partie prenante de quatre associations humanitaires de salariés intervenant dans les domaines de compétences spécifiques à l'entreprise (dont *Aquassistance* pour tous les projets favorisant l'accès à l'eau potable et la gestion des déchets, *Energy assistance* pour les projets d'accès à l'énergie, CODEGAZ pour tout projet humanitaire d'accès à la nourriture, la culture et l'éducation). Enfin, le Groupe apporte un soutien financier à la Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE) et à la Fondation Agir Pour l'Emploi (FAPE), créée en 1995 par les organisations représentatives de salariés de Gaz de France et d'Electricité de France. Ces fondations contribuent au développement de l'emploi et favorisent l'insertion sociale et professionnelle des personnes en difficulté.

La politique nationale de mécénat se décline dans chaque région administrative. Elle est pilotée et mise en œuvre par la délégation régionale, qui établit chaque année un plan d'actions et dispose d'une enveloppe budgétaire spécifique.

La délégation régionale apporte son concours aux projets qui entrent dans les thématiques définies au niveau national, porteurs d'image et de sens pour l'entreprise et représentant un intérêt reconnu pour la dynamique du territoire sur lequel ils sont organisés. Les projets parviennent à la Direction Régionale par sollicitation directe (pour la moitié d'entre eux), sont transmis par la fondation (pour 40 %). Enfin, près de 10 % des sollicitations proviennent des filiales du Groupe en région. En 2010, GDF SUEZ a soutenu en une quinzaine d'actions Basse-Normandie.

Chaque projet fait l'objet d'une convention annuelle entre le porteur de projet et la délégation régionale, qui définit les engagements et les contreparties attendues. Chaque action menée fait également l'objet d'une évaluation qui entraîne ou non une poursuite de l'opération.

Bien que très sollicitée (une soixante de demandes par an en moyenne), la délégation régionale GDF SUEZ répond à l'ensemble des porteurs de projets, après concertation, si nécessaire, avec les services nationaux. Les réponses négatives sont le plus souvent liées à des demandes extérieures aux domaines soutenus par le Groupe ou à des projets encore peu aboutis.

Exemples d'actions menées en 2011 en Basse-Normandie :

- soutien au Comité Régional de Randonnée (promotion des activités de randonnée et sauvegarde des sentiers),
- soutien aux Foulées de la Presse de la Manche en novembre à Cherbourg-Octeville,
- mécène du Festival "Jazz sous les pommiers" à Coutances,
- partenaire de l'opération "1, 2, 3, à vous de jouer", favorisant la pratique du tennis et du football par les enfants de 8 à 15 ans des villes de la Communauté Urbaine de Cherbourg,
- membre fondateur de l'Association "Entreprendre pour apprendre" qui favorise l'entrepreneuriat au travers du championnat régional des "mini-entreprises",
- partenaire de Créactive place, "pôle des futurs de Deauville", dans l'organisation de journées prospectives sur le thème "Energies du futur" et "Territoires durables".

Enfin, depuis 2002, la Fondation Agir Pour l'Emploi a participé au financement d'une dizaine de projets d'insertion par l'activité économique et de création de services de proximité pour une somme globale de 96 739 euros.

II.2.1.7. L'association "Arts et architecture à l'ouest" de Saint-Lô

L'association, créée en 2008, a été fondée par une trentaine d'entreprises du Saint Loïs qui souhaitent s'investir dans le soutien à la culture du territoire.

L'amitié est née dans le cadre d'une première collaboration entre Xavier GONZALEZ et Patrice LEMARIEY, directeur de l'entreprise Best of Assistance de Torigni sur Vire. En 2002, Xavier GONZALEZ, sculpteur-plasticien participe au Forum des Arts de Saint-Lô, l'entreprise accepte de s'investir dans le projet, fournit la matière d'œuvre nécessaire et implique ses salariés au projet.

En 2008, Xavier GONZALEZ fait appel à Patrice LEMARIEY pour organiser les 10^{èmes} rencontres internationales de sculptures à Cerisy-la-Forêt et sollicite à nouveau l'entreprise, qui engage l'association "Arts et architecture à l'ouest" dans le projet avec la Communauté des Communes de l'Elle. Patrice LEMARIEY mobilise une douzaine entreprise permettant de réunir un budget de 60 000 euros. Les salariés sont impliqués dans le projet et mettent leurs savoir-faire au service de la manifestation. Elle se conclut par la plus grande rencontre internationale de sculpture d'Europe avec des journées d'échanges entre les entreprises mécènes et les artistes participant aux rencontres.

En 2010, les entreprises de l'association "Arts et architecture à l'ouest" prennent l'initiative d'organiser la manifestation "tâches-taches", coordonnées par Xavier GONZALEZ, Directeur d'USINE UTOPIK, et en partenariat avec la ville de Saint-Lô.

35 entreprises mécènes ont proposé un support en lien avec leur activité. Chacun des 35 Artistes participant à l'opération s'est vu attribuer un des supports par tirage au sort, sur lequel il devait réaliser une œuvre. Cette "performance" s'est déroulée du 3 au 11 septembre dans le hall du parc des expositions de Saint-Lô. Pendant toute la semaine, le public pouvait suivre le travail des artistes.

D'un montant de 135 000 euros comprenant le matériel, les frais de transport et d'hébergement des artistes, la communication autour du projet, l'action a été intégralement financée par l'association d'entreprises mécènes.

Cette manifestation s'est clôturée par un dîner de gala. Pour l'occasion, chaque artiste participant a réalisé une toile, vendue aux enchères au profit de l'association humanitaire AINA qui mène des actions pour l'éducation des femmes et des enfants dans les pays meurtris par la guerre et dont le président est le photographe REZA. Enfin, le 12 septembre 2010, les personnels des entreprises mécènes ont pu rencontrer et échanger avec les artistes au cours d'un pique-nique organisé par l'association.

II.2.1.8. L'entreprise HALBOUT SERVICE et l'opération "balles jaunes" de la Ligue Normande de Tennis

L'opération "balles jaunes", initiée par la Fédération Française de Tennis (FFT) depuis 2008, s'inscrit dans le cadre de l'agenda 21 sportif signé par le Centre National Olympique et Sportif Français en 2003. Il s'agit de collecter les balles de tennis usagées auprès des clubs et des adhérents ou lors des tournois locaux pour qu'elles soient recyclées, transformées en billes de plastique, permettant de réaliser des aires d'évolution ludiques et sportives souples, mis à disposition d'associations d'aide aux jeunes handicapés. Une dizaine de ligues régionales sont aujourd'hui engagées dans cette action. Chaque ligue s'engage à collecter 40 000 balles par an, correspondant, une fois recyclées, à un terrain de 100 m². Elles parrainent ensuite une association qui bénéficiera de l'installation du terrain souple. En 2010, plus de 600 000 balles usagées ont été collectées au niveau national, permettant l'installation de 7 terrains sportifs.

La Ligue de Normandie de Tennis -qui regroupe la Haute et la Basse-Normandie- compte 488 clubs répartis sur les 5 départements, qui accueillent 55 000 licenciés. Elle est engagée dans cette opération depuis septembre 2009, date à laquelle des cartons de stockage des balles usagées ont été livrés par la ligue nationale dans tous les clubs de la région.

L'entreprise HALBOUT SERVICE, dont les locaux sont situés à Flers, est spécialisée dans la collecte et la destruction d'archives confidentielles des banques, des collectivités et des entreprises. Le dirigeant, Olivier HALBOUT, impliqué dans les instances départementales du comité de l'Orne, a dès son démarrage, adhéré à cette opération. L'entreprise intervient dans le cadre d'un mécénat de compétence, mettant à disposition de la ligue régionale ses camions et ses chauffeurs pour assurer la collecte des balles usagées auprès des clubs des deux régions. Les balles ainsi collectées sont ensuite stockées dans un de ses entrepôts en attendant le ramassage par le camion de la fédération au niveau national, qui intervient tous les ans en avril. L'engagement de la société dans cette opération a fait l'objet d'une communication interne importante, notamment auprès des chauffeurs, chargés de la collecte en plus de leur activité professionnelle. Elle a obtenu une large adhésion auprès des salariés de l'entreprise.

Par l'intermédiaire du dirigeant de l'entreprise, la ligue régionale a pu négocier l'implication de BNP PARIBAS (sponsor officiel de la Fédération Française de Tennis) dans l'opération. Ainsi, depuis l'automne 2011, les 30 agences bas-normandes du groupe deviennent des lieux de collecte des balles usagées pendant la durée du BNP PARIBAS Master de tennis en novembre 2011 et le tournoi de Roland Garros en juin 2012. Cette expérimentation partenariale régionale,

En 2010, de plus de 50 000 balles usagées ont été collectées et recyclées par la ligue régionale. L'Institut Médico-Educatif Jean ITARD, situé à la Glacière dans la Manche, a bénéficié de l'installation d'un terrain de sport pour ses élèves. En 2011, la

ligue normande a parrainé l'association des Papillons Blancs situées à Ymarre dans l'Eure.

II.2.2. Quelques exemples d'actions qui bénéficient du soutien de mécènes

II.2.2.1. Appassionato, club de mécènes de l'Orchestre de Caen

En décembre 2004, dans le prolongement de la loi Aillagon, l'Orchestre de Caen, établissement de la communauté d'agglomération Caen la mer, crée le club d'entreprises mécènes, Appassionato. Cette initiative vient prolonger des partenariats déjà anciens entre l'orchestre et des entreprises. Pendant près d'une quinzaine d'années, la programmation de l'Orchestre de Caen a pu bénéficier du soutien financier du Crédit Agricole de Basse-Normandie et France Télécom a ponctuellement soutenu les concerts du chœur de chambre. L'orchestre bénéficie du soutien de Mécénat Musical Société Générale, notamment sur le festival Aspect des Musiques d'Aujourd'hui pour lequel il a par ailleurs obtenu une aide ponctuelle de la fondation *pro helvetia* en 2000 dans le cadre de la réception du compositeur suisse Klaus Huber et de la Fondation Ernst von Siemens pour la musique en 2011.

Le club a été créé pour favoriser l'accès de la musique au plus grand nombre et le rayonnement du patrimoine musical. Les fonds collectés auprès des entreprises ont donc été affectés à des actions de mécénat croisé organisées spécifiquement, en complément de l'activité de l'orchestre. Une personne a été embauchée pour organiser la levée de fonds auprès des entreprises, développer le club et assurer son fonctionnement. Depuis sa création, le club a pu étoffer son activité, qui s'organise aujourd'hui autour de trois axes :

- Jeune public : "vibrer dès le plus jeune âge". A l'école ou en famille, Appassionato développe une politique active de sensibilisation des plus jeunes au répertoire classique. C'est aussi un moyen pour l'orchestre de former le public de demain. Concrètement, l'accès à la musique du jeune public est favorisé grâce à deux actions : le cycle découverte (cycle d'initiation proposé aux classes de CM1 et de CM2 des écoles primaires des 29 communes de l'agglomération caennaise, soit près de 2000 élèves) et les mini-concerts (représentations adaptées -programme, durée et horaire- aux enfants à un tarif réduit de 3 euros la place).
- Jeunes professionnels : "donner le la". Appassionato accompagne dans leur professionnalisation les jeunes instrumentistes et les compositeurs de moins de 30 ans grâce à l'organisation de 2 concours : le Concours Appassionato violon Joël Klépal (prêt du violon éponyme acquis par les mécènes en 2006 et invitation du lauréat à se produire dans la saison) et la Session Appassionato Jeunes Compositeurs (répétition avec l'orchestre pour les trois candidats sélectionnés et commande d'une œuvre orchestrale au lauréat).
- Musi-Cité : "partager avec passion". Appassionato s'engage dans des projets à forte valeur humaine et citoyenne. Chaque année, il organise un récital du cœur au bénéfice d'une association humanitaire ou caritative.

Par ailleurs, le club soutient depuis sa création en octobre 2010 le Centre de Ressources Régional Handicap Musique & Danse, porté par le Conservatoire et l'Orchestre de Caen, qui a la double vocation d'intégrer la prise en compte du handicap

dans la politique des deux établissements et d'organiser au niveau régional un réseau de structures associées.

Les entreprises qui désirent intégrer le club peuvent choisir parmi une des quatre formules proposées, qui donne lieu à signature d'une convention annuelle, dans laquelle sont notamment indiquées la participation financière et les contreparties auxquelles celle-ci donne droit :

- Membre adhérent (participation de 1 000 euros, proposées aux petites entreprises artisanales, professions libérales) donnant droit à deux cartes d'invités permanent et la présence du logo de l'entreprise sur une partie des documents de communication édités par l'orchestre.
- Membre associé (participation de 4 000 euros). Les contreparties donnent droit au logo de l'entreprise sur une partie des documents de communication de l'orchestre, une carte d'invité permanent et 16 places de concerts.
- Membre donateur (participation de 8 000 euros). Les contreparties donnent droit au logo de l'entreprise sur les documents de communication de l'orchestre, une carte d'invité permanent, 30 places de concerts et, au choix, un concert privé de musique de chambre ou 100 places de concert.
- Membre bienfaiteur (participation de 16 000 euros). Les contreparties donnent droit, à une présence sur tous les documents édités par l'orchestre, une carte d'invité permanent, un tarif réduit pour le personnel de l'entreprise, une mise à disposition du petit auditorium une fois par an, 60 places gratuites de concert dans l'année et, au choix :
 - . un concert pédagogique privé,
 - . un concert de musique de chambre privé,
 - . 200 places de concert,
 - . 900 places de mini concert,
 - . une privatisation du balcon du grand auditorium une fois dans l'année.

Depuis 2005, le club a pu bénéficier du mécénat d'une quinzaine d'entreprises, dont huit d'entre elles sont encore mécènes en 2011. Après cinq années de fonctionnement, le club d'entreprises s'est transformé en club des mécènes en s'ouvrant au mécénat des particuliers. A l'heure où tout à chacun s'interroge sur sa propre philanthropie, Appassionato propose au simple amateur ou au mélomane averti de faire partager sa passion grâce au don.

II.2.2.2. Le Fonds Régional d'Art Contemporain (FRAC) de Basse-Normandie

Créés en 1982, les Fonds Régionaux d'Art Contemporain (FRAC) ont pour objectifs de constituer une collection d'art contemporain, la diffuser largement sur tout le territoire régional et sensibiliser le public aux démarches artistiques contemporaines. Constitués sous forme associative, ils sont financés par la Région et l'Etat, ministère de la culture.

Riche de 979 œuvres représentant 393 artistes, le FRAC Basse-Normandie est situé à Caen, à proximité de l'Abbaye aux Dames. Outre un apport ponctuel de mécénat en numéraire sur deux expositions, il a récemment développé des mécénats différents en s'appuyant notamment sur son réseau de prestataires.

En 2009, l'organisation de l'exposition *illimitée* de l'artiste Bernard JOISTEN a été l'occasion pour la structure et ses partenaires de mettre en œuvre un mécénat en nature et de compétences. Ainsi, trois entreprises, dont deux fournisseurs du FRAC, ont assuré gratuitement des prestations pour la réalisation des œuvres de l'artiste (peinture et reprographie, fourniture et formation du régisseur du FRAC à la pose de lino). Les contreparties proposaient de mentionner le nom des entreprises sur tous les documents de communication, l'invitation au vernissage de l'exposition ainsi que la possibilité pour l'entreprise d'une rencontre privilégiée avec l'artiste.

Fort de cette première expérience, le FRAC a réitéré dans le cadre de l'exposition de l'œuvre *Ecarlate* de l'artiste Virginie BARRE à l'université de Caen Basse-Normandie. Son installation dans une salle d'examen de l'université nécessitait un soutien en nature (peinture, bois) et de compétence (peinture) pour la réalisation d'un espace délimité et fermé de 55 m². L'une des entreprises mécènes a fourni la totalité de la peinture nécessaire, tandis qu'une autre mettait à disposition savoir faire et main d'œuvre pour son application dans l'installation construite par le FRAC. C'est l'entreprise fournisseur de peinture qui a encouragé l'entreprise de peinture en bâtiment à mettre à disposition ses salariés pour une meilleure réalisation. Le FRAC a par ailleurs bénéficié d'une offre entreprise avantageuse auprès d'un fournisseur bois. Une entreprise réalisait gratuitement les affiches et les bâches publicitaires de l'exposition (mécénat en nature). L'exposition a également été confortée par un mécénat en numéraire.

Le FRAC souhaite prolonger cette relation avec les entreprises ; il a récemment proposé ses locaux à un club d'entreprises dont l'un des membres fut mécène d'une des expositions. Cette soirée a été l'occasion de présenter la collection et l'activité du FRAC, ainsi que les modalités de collaborations envisageables avec les entreprises. Le FRAC souhaite entretenir et développer ce réseau de mécènes.

II.2.2.3. L'expérience de la ville de Bayeux dans le cadre de l'exposition "Emakimono et Tapisserie de Bayeux : dessins animés du moyen âge"

Dans le cadre de l'exposition "Emakimono et Tapisserie de Bayeux - dessins animés du moyen âge", la ville de Bayeux a souhaité engager une démarche de recherche de mécénat, incitée et accompagnée par la DRAC de Basse-Normandie. L'opération a commencé en novembre 2010, l'exposition ayant lieu du 31 mars au 30 décembre 2011. Le projet, porté par la Mairie de Bayeux, a été organisé en partenariat avec la DRAC et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Caen. Un courrier d'invitation à une réunion d'information sur l'exposition, cosigné par ces trois partenaires, a été envoyé à près de 400 entreprises locales et régionales sur la base d'un fichier transmis par la chambre de commerce et d'industrie. Pour sécuriser la démarche, la Mairie a obtenu un rescrit fiscal auprès des services fiscaux du département et a élaboré un dossier de mécénat présentant les contreparties, calculées selon la règle stricte des 25 %, auxquelles pouvaient prétendre les entreprises en fonction des sommes qu'elles versaient au projet. 4 offres de mécénat étaient proposées (2 500 euros, 5 000 euros, 10 000 euros et 15 000 euros). A titre d'exemple, une entreprise apportant un soutien financier à hauteur de 5 000 euros voyait son logo inséré dans le dossier de presse, sur le site internet et sur les écrans de présentation du parcours du Musée et bénéficiait de prestations (une invitation au vernissage pour 5 personnes, 5 cadeaux partenaires et 40 entrées pour l'exposition).

La réunion d'information s'est tenue le 18 janvier, en présence du Maire de Bayeux, du Directeur Régional des Affaires Culturelles, des services du musée et d'un expert-comptable. Après une présentation de l'exposition et du dispositif de défiscalisation auquel pourraient prétendre les entreprises qui s'engageraient dans le projet, un dossier proposant des offres partenaires a été remis aux représentants des quinze entreprises présentes.

Suite à cette réunion et aux relances faites par la Mairie, deux grands groupes ont offert des prestations (JC Decaux a offert une campagne d'affichages sur les Champs Elysées et Japan Airlines a offert des billets d'avion) et une dizaine d'entreprises locales a participé financièrement au projet, permettant de réunir près de 80 000 euros sur un budget global de l'opération de 400 000 euros (les dons des entreprises locales allant de 5 000 à 10 000 euros).

Cette opération, organisée dans une "relative urgence", n'a pas favorisé la mobilisation du mécénat des grands groupes présents au niveau régional. Sollicités, la Société Générale et GDF SUEZ, bien qu'intéressés, n'ont pas pu s'engager, le budget annuel qu'ils consacrent au mécénat étant déjà affecté à cette date.

La ville souhaite engager une réflexion concernant le mécénat sur le long terme. Dans le cadre de sa politique de restauration et de mise en valeur de son patrimoine (travaux sur les musées et les autres bâtiments appartenant à la commune), elle désire solliciter les fondations d'entreprises qui interviennent dans ce domaine. Une personne chargée du marketing territorial de la ville sera prochainement recrutée. Elle devra notamment proposer une organisation stratégique et opérationnelle de recherche de mécènes et pourra s'appuyer sur le réseau des entreprises mécènes de l'exposition, qui pourraient se structurer en club d'entreprises. De plus, le Musée réfléchit actuellement à la mise en place d'une offre "soirée VIP" pendant l'exposition temporaire, véritable "produit d'appel" pour favoriser l'engagement du dialogue entre les entreprises et le musée.

La démarche a pu rapidement se mettre en place grâce à la notoriété de la tapisserie, l'implication forte, de la Mairie, du Directeur Général des Services, du service communication de la ville et du Directeur Régional des Affaires Culturelles.

II.2.2.4. Le jardin thérapeutique océan vert du Centre François BACLESSE

Le Centre régional de Lutte Contre le Cancer (CLCC) François BACLESSE est un établissement de santé privé à but non lucratif. Les dons et legs qu'il perçoit sont mobilisés sur la recherche, l'innovation thérapeutique et l'amélioration de la qualité de vie des patients. Ils financent notamment le Groupe Régional d'Etudes sur le CANCER (GRECAN). Une première opération de mécénat d'entreprise avait déjà permis de financer un nouvel équipement en radiothérapie. Le centre ne bénéficie pas d'un service dédié au mécénat ; celui-ci relève du Directeur Général Adjoint chargé des affaires juridiques et de la valorisation de la recherche, qui travaille en collaboration avec l'ordre des notaires.

L'idée de créer un jardin thérapeutique est née de l'impulsion des patients, de la commission de relation avec les usagers et de la qualité de la prise en charge et du personnel soignant, qui souhaitaient mettre à disposition des patients un lieu de vie agréable, conçu comme un espace de repos et de soutien pour les aider à supporter les thérapies. Il sera situé à l'entrée du Centre sur une surface de 700 m² et les

aménagements prévus sont estimés à 500 000 euros (assainissement, plantations, mobiliers, aménagements spécifiques pour les patients à mobilité réduite...). Le projet doit être intégralement financé par un appel aux dons auprès des particuliers, des entreprises et des collectivités.

A l'été 2010, le Centre a organisé une première communication sur le projet en invitant les usagers à choisir le nom qui serait donné au jardin, officiellement baptisé "océan vert". Le lancement officiel de la campagne d'appel aux dons est intervenu le 22 octobre 2010 lors d'une réunion d'information à laquelle étaient invités les donateurs potentiels. Les entreprises contactées étaient celles qui pouvaient avoir un intérêt pour le projet (magasins de jardinages, fournisseurs du centre...), ainsi que les grands établissements de la région. Près de 80 personnes étaient présentes, principalement des journalistes, et des associations. Si peu d'entreprises ont participé à cette rencontre, la notoriété du projet a depuis favorisé l'implication d'un nombre grandissant d'entre elles et le jardin compte aujourd'hui une dizaine d'entreprises mécènes.

Le contenu de l'action permet de mobiliser plusieurs modalités de mécénat. L'entreprise d'aménagement paysager ZENOBIA a réalisé gracieusement les plans du jardin dans le cadre d'un mécénat de compétences. De nombreuses entreprises soutiennent financièrement le projet. Ainsi, la Caisse Régionale du Crédit Agricole, sollicitée par plusieurs caisses locales, verse une contribution de 60 000 euros. CARREFOUR apporte une contribution de 250 000 euros. Des fournisseurs du Centre ont également contribué au projet (comme FORCLUM à hauteur de 3 000 euros). Une entreprise de bâtiment, qui participe financièrement au projet, a aussi proposé d'apporter un soutien technique lors de la réalisation. Les contreparties négociées concernent la communication, les entreprises souhaitant a minima que leur nom soit associé au projet, notamment lors des actions de communication (plantation du premier arbre, inauguration).

Il est à noter que, au-delà des entreprises, le jardin bénéficie de dons importants d'associations, comme la ligue contre le cancer du Calvados qui participe à hauteur de 100 000 euros, et de dons privés. Enfin, la fondation Bettencourt Schueller aide le projet à hauteur de 57 000 euros.

Sur la base de propositions de la CCI et des entreprises, le Centre étudie actuellement la possibilité d'encourager le mécénat dans les appels d'offres qu'il lancera pour la réalisation du projet (négociation de mécénat de compétence, de dons en nature). Le jardin est aujourd'hui intégralement financé, les premiers travaux ont commencé en juin et la pose de la première pierre a eu lieu en septembre. L'inauguration aura lieu en juin 2012.

Ce projet réunit tous les éléments nécessaires à la réussite d'une opération de mécénat : Il est mis en œuvre par un établissement à forte notoriété, bénéficie du soutien de personnalités de la région (ainsi Anne d'ORNANO, qui s'est particulièrement investie dans le projet, est à l'origine du parrainage du projet par l'acteur-producteur Jacques PERRIN et de certains dons importants). L'action proposée est porteuse d'image pour les entreprises qui y participeraient. Il bénéficie d'une communication spécifique assurée par une agence de communication et de la bienveillance des média locaux, qui ont largement relayé l'action. Enfin, le projet est suivi par une personne dédiée au sein du Centre (la responsable qualité, qui y consacre près de 20 % de son temps de travail depuis le lancement de l'opération) et largement soutenu en interne par le personnel soignant et la direction générale.

II.2.2.5. L'association "Relais d'sciences" et le mécénat

L'association Relais d'sciences, créé en 1998 sur le volet "recherche appliquée et diffusion technologique" dans le cadre du contrat de plan Etat Région est le Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle (CCSTI) de Basse-Normandie. Composée d'un Conseil d'Administration dont sont notamment membre de droit l'université de Caen, l'ENSICAEN, CYCERON, le CNRS et le GANIL, s'appuyant sur un comité scientifique et technique regroupant des chercheurs de la région et des acteurs du monde culturel, économique et éducatif, l'association assure une mission de promotion et de diffusion de la culture scientifique et technique dans la région. Déclarée d'intérêt général depuis 2005 et labellisée "sciences, culture et innovation" délivré par le ministère de la recherche depuis 2008, elle compte aujourd'hui une centaine d'adhérents et regroupe une dizaine de salariés et ses locaux sont basés à Colombelles.

Relais d'sciences a reçu en juin 2011 le prix Diderot de l'initiative culturelle, remis par le réseau national des professionnels de la diffusion de la culture scientifique dont le jury est présidé par Etienne Klein. Ce prix récompense le travail de l'association depuis 10 ans sur l'ensemble du territoire régional.

Depuis plus de huit ans, l'association mobilise le mécénat d'entreprise sur des projets ponctuels. Ainsi, le projet odysée (expositions itinérantes dans des anciens conteneurs maritimes aménagés, ayant pour thèmes les pôles, la forêt tropicales et les déserts) a bénéficié du soutien financier de l'Agence Nationale pour la gestion des Déchets Radioactifs (ANDRA). Le groupe EDF a participé financièrement à l'organisation des bars des sciences (15 000 euros sur 3 ans).

Relais d'sciences est aussi coordinatrice du concours régional "têtes chercheuses", soutenu par la fondation musée Schlumberger située au château de Crèvecœur en Auge. Doté de 10 000 euros, cette bourse récompense chaque année un laboratoire de recherche régional ayant un projet innovant en matière de diffusion de la culture scientifique.

Dans le cadre du projet IMMEDIATS (Innovation pour la Médiation dans les Territoires) relais d'sciences s'est associé à 5 autres centres de sciences au niveau national (Bordeaux, Rennes, Grenoble, Toulouse et Paris) pour proposer un projet de médiation scientifique favorisant l'accès aux sciences et techniques au grand public. En Basse-Normandie, ce projet doit se concrétiser par la création d'un centre de sciences nouvelle génération sur l'agglomération Caennaise. En plus de son action de médiation scientifique, il pourra accueillir des associations et des jeunes entreprises innovantes dans le domaine de la création numérique, pour favoriser l'émergence de projets originaux et de nouveaux usages. En septembre 2011, le projet IMMEDIATS a été retenu dans le cadre de l'appel à projets "développement de la culture scientifique et égalité des chances" du programme national d'investissements d'avenir, relais d'sciences devant bénéficier d'un soutien financier de 3 millions d'euros.

Dans ce cadre, Relais d'sciences souhaite engager une réflexion avec les entreprises intéressées par le projet pour que celles-ci puissent prendre une part active à la démarche et aux activités du futur centre. L'idée est de créer un "club d'entreprises" partenaires et ambassadrices du projet, permettant, le cas échéant et en fonction des besoins repérés, mobiliser du mécénat de compétence et du mécénat en nature sur les activités organisées.

II.2.2.6. Le fonds de dotation CANTHEC, initié dans le cadre du projet ARCHADE

Le projet *Advanced Resource Centre for Hadrontherapy in Europe* (ARCHADE) est un programme de recherche et d'innovation technologique en physique nucléaire et, en biologie des rayonnements et en imagerie médicale en vue d'optimiser l'utilisation clinique de l'Hadronthérapie. L'objectif est de créer un Centre européen de recherche, de développement et de formation en hadronthérapie, dont le cœur est l'installation, à Caen, d'un prototype d'accélérateur de particules (Cyclotron), utilisable à des fins thérapeutiques²⁵ par des équipes de recherche dans le domaine du cancer. La fabrication de certains composants de ce cyclotron qui sera une première mondiale, se fera en partenariat entre le Groupe IBA (Ion Beam Applications), leader mondial dans le domaine des cyclotrons à usage médical et des entreprises régionales spécialisées en mécanique de précision, robotique, électronique et informatique. Cette collaboration doit favoriser l'essor d'une filière industrielle à forte valeur ajoutée dans la région et donc la création d'emplois suite à la commercialisation de ce nouveau cyclotron dans le monde entier.

Depuis 2007, ARCHADE est porté par l'association éponyme, constituée de 5 membres fondateurs : le Centre Régional de lutte contre le Cancer François BACLESSE, le CHU de Caen, l'Université de Caen-Basse-Normandie, l'ENSICAEN et le pôle normand des sciences nucléaires et de leurs applications (Nucléopolis).

Le coût global du projet est aujourd'hui estimé à 130 millions d'euros, financé par l'emprunt (près de 100 millions) et par des fonds propres, provenant notamment d'un partenariat public privé, organisé entre autres au sein de la Société d'Economie Mixte SAnité et PHYsique Nucléaire (SAPHYN). Créée en 2009, cette SEM compte parmi ses actionnaires le Conseil Régional (actionnaire majoritaire), les 3 Conseils Généraux, les CCI et la CCIR, Caen la Mer, l'association ARCHADE et des acteurs du secteur industriel et bancaire. En 2010, SAPHYN et le Groupe IBA, concepteur du cyclotron, ont créé une société de projet de droit privé "un CYCLotron pour l'HADronthérapie" (CYCLHAD). Cette société doit assurer la commercialisation du temps de faisceau auprès des centres cliniques, des centres de recherche et des industriels en Europe.

A la fin de l'année 2011, un fonds de dotation appelé CANcer et TECHnologie (CANTECH) sera créé. Son objectif est de "soutenir, développer et valoriser la recherche contre le cancer et améliorer le traitement des patients atteints de cancer dans ses trois dimensions thérapeutiques : chirurgie, traitements systémiques et radiothérapie". L'accent sera mis sur le soutien et le développement de la radiothérapie conventionnelle et non conventionnelle dans ses aspects techniques et médicaux. Pour créer ce fonds de dotation, ARCHADE s'est adjoint les services de la société OPTIMUS, cabinet conseil spécialisé dans l'accompagnement de projets de levée de fonds issus du mécénat et la communication de mobilisation.

Outre une dizaine de radiothérapeutes et d'oncologues de réputation nationale et internationale, CANTECH compte parmi ses fondateurs l'association des Clubs Rotary de Normandie (ACRODI 1640) et Rémy PAUTRAT, préfet honoraire et ancien préfet de Basse-Normandie. Il s'appuie sur un comité d'experts pour analyser les projets et prendre ses décisions d'attribution des fonds.

²⁵ Pour plus de précisions sur le projet scientifique d'ARCHADE, on pourra utilement se reporter à l'étude du CESR "Le nucléaire pour l'énergie et la santé : vers un pôle d'excellence en Basse-Normandie", PP. 176 et s., publiée en 2009.

En mobilisant le mécénat d'entreprises régionales et européennes, des particuliers et des institutionnels, les fondateurs et le conseil d'administration du Fonds ont pour objectif de lever 3 millions d'euros en 5 ans.

Pour les entreprises qui souhaiteraient devenir mécènes du projet, deux options sont proposées:

Une offre de participation "mécènes partenaires" : participation à hauteur de 60 000 euros par an pendant 5 ans (300 000 euros au total, soit 120 000 euros après défiscalisation). Les contreparties proposées sont l'association de l'image de l'entreprise au projet (présence du nom de l'entreprise sur la plaque de mécènes, mention du mécénat dans tous les documents de communication de CANTECH), des opérations de relations publiques (invitation à la journée annuelle des entreprises mécènes, une visite privée pour les salariés de l'entreprise), des opérations internes à l'entreprise (2 rencontres annuelles au sein de l'entreprise avec des parties prenantes du projet CANTECH, un colloque ou une présentation annuelle animée par un haut représentant de CANTECH).

Une offre de participation "mécènes soutien" : l'entreprise donne 12 000 euros par an pendant 5 ans (60 000 euros au total, soit 24 000 euros après défiscalisation). Les contreparties proposées sont la mention de l'entreprise dans les documents de communication, une invitation à la journée annuelle des entreprises mécènes, des cadeaux personnalisés en lien avec le projet (ouvrages, diplômes...).

Les mécènes les plus impliqués pourront être représentés au Conseil d'Administration du Fonds.

II.2.2.7. La délégation régionale de la fondation du patrimoine et le mécénat d'entreprise

La délégation régionale de la Fondation du Patrimoine a été créée en décembre 1999. Le délégué régional est Thierry AVELINE de ROSSIGNOL. Elle compte aujourd'hui trois salariés à temps plein et ses bureaux sont situés à Alençon. Un délégué départemental est présent dans chacun des trois départements de la région.

Elle assure deux missions principales :

- Elle accorde des labels aux propriétaires privés qui souhaitent restaurer leur bâti "dans les règles de l'art". L'obtention de ce label permet d'obtenir une subvention (5 % des coûts pour des travaux allant jusqu'à 45 800 euros, ou 1 % au-delà) et de défiscaliser la moitié des travaux réalisés. Une fois le label obtenu, le propriétaire doit réaliser ces travaux dans les cinq ans. Le label porte sur l'ensemble du bâti à restaurer. Le label est accordé par un comité d'orientation, après avis de conformité des Architectes des Bâtiments de France et avis de conformité sur la défiscalisation (donnée par le délégué régional). Depuis 2000, 618 labels ont été attribués, générant plus de 30 000 000 d'euros de travaux. Le détenteur du label dispose alors de 5 ans pour effectuer les travaux.
- L'organisation de souscriptions pour la restauration du patrimoine public. Les projets peuvent être portés par une collectivité locale ou une association de sauvegarde du patrimoine. La fondation organise la souscription pour réaliser le projet, se charge de la gestion comptable de l'opération et délivre les reçus fiscaux aux donateurs. Elle abonde les fonds perçus grâce à des fonds délégués par l'Etat, provenant d'une part perçue sur les héritages en déshérence (6 à 8 millions d'euros pour toute la

France en 2010, dont 370 000 euros pour la Basse-Normandie). En moyenne, la délégation régionale accompagne une vingtaine de projets par an. Entre 2003 et 2010, la Fondation a attribué 1 600 000 euros de subventions. Depuis 2000, 320 souscriptions ont été mises en œuvre, permettant de collecter plus de 4,5 millions d'euros.

La Fondation du Patrimoine mobilise le mécénat des particuliers et des entreprises dans le cadre de souscriptions. Plus de la moitié des ressources perçues proviennent du mécénat populaire, mais la Fondation mobilise aussi les entreprises. Elle s'appuie sur des conventions nationales contractualisées entre les grands groupes et la Fondation du Patrimoine au niveau national. A ce titre, la fondation Total a contribué à plusieurs projets de restauration sur la région. Elle a financé les travaux de restauration et de mise en valeur de la cour et de la tour Vauban du fort de l'île de Tatihou dans la Manche à hauteur de 237 000 euros. Elle a participé à la restauration de la Granvillaise (30 000 euros) ainsi qu'à l'implantation du centre d'interprétation de l'aiguille de l'usine BOHIN dans l'Orne (200 000 euros). Certains grands groupes ont contractualisé un partenariat pour la restauration du patrimoine ayant un lien avec leur métier. Ainsi, la fondation Veolia a participé à des souscriptions concernant la restauration de patrimoine en lien avec l'eau (lavoirs, ponts...). La fondation Motul apporte sa contribution aux restaurations de véhicules motorisés.

Le mécénat d'entreprise au niveau régional semble être plus difficile à mobiliser. En 2004, le délégué régional, avec le soutien d'Anne d'ORNANO, a souhaité organiser une grande réunion de présentation des activités de la Fondation pour sensibiliser les dirigeants des grands établissements régionaux à la restauration du patrimoine normand et engager des partenariats avec eux. Très peu de ces dirigeants étaient présents à cette réunion et elle n'a pas permis d'engager des suites, malgré de nombreuses relances.

La participation des PME et TPE est plus fréquente sur les projets locaux de restauration du patrimoine bâti (CHIFFRES du mécénat d'entreprise sur la participation des entreprises aux souscriptions locales).

Entre 2000 et 2003, la Fondation a pu s'appuyer sur des fonds publics importants provenant des communes, des départements, des régions et de l'Etat. Cette dynamique publique a permis d'enclencher la collecte de fonds privés. Entre 2004 et 2007, les fonds privés et les fonds publics étaient équivalents. Depuis, les fonds publics ne cessent de baisser, alors que les fonds privés augmentent, représentant en 2010 près de deux tiers des sommes que gère la Fondation. Pour le délégué régional, cette tendance est préjudiciable à la collecte de fonds, les acteurs privés (particuliers et entreprises) risquant de se lasser face aux sollicitations qui augmentent, d'autant que la réforme de l'Impôt de Solidarité sur la Fortune (ISF) risque d'avoir des conséquences négatives sur la collecte auprès des particuliers.

II.2.2.8. La création d'une Fondation de Coopération Scientifique au sein du pôle de compétitivité filière équine

Le pôle de compétitivité, labellisé en 2005, a défini la recherche sur la santé équine comme un des thèmes prioritaires, dans laquelle la Basse-Normandie s'est particulièrement investie. En effet, depuis 1986, la Région est propriétaire de l'Institut de Pathologie du Cheval situé dans le Calvados à Goustranville près de Dozulé et le

Conseil Général dispose, au sein du laboratoire départemental Frank DUNCOMBE, d'un département de recherche en biologie équine. Pour renforcer leur collaboration dans ce domaine, les deux collectivités ont créé le syndicat mixte pour la recherche et le développement de la filière équine.

En 2006, partant du constat que la recherche en santé équine est assurée par des unités de chercheurs d'entités atomisées dans de nombreux centres de recherche au niveau national, la gouvernance du pôle entame une réflexion pour fédérer les équipes de recherche intervenant dans ce domaine. En 2010, la Région et le Département mandatent Pierre LEKEUX, professeur de la faculté de médecine vétérinaire de Liège, pour proposer un plan stratégique sur la recherche équine. Le projet propose alors de développer les deux infrastructures bas-normandes et d'accompagner la structuration des équipes de recherche au niveau national.

Les partenaires décident d'organiser cette structuration dans le cadre d'une Fondation de Coopération scientifique. Créé par la loi programme n° 2006-450 du 18 avril 2006 pour la recherche, ce statut juridique permet de fédérer des établissements d'enseignement supérieur et de recherche au sein d'une personne morale de droit privé à but non lucratif, soumis aux règles de fonctionnement des fondations reconnues d'utilité publique²⁶. Le montage juridique est confié au chargé de projets au sein du pôle équin, qui crée en juillet 2010 une association de préfiguration de la fondation à laquelle participent l'Agence Nationale de Sécurité Sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES), l'Association Vétérinaire Equine Française (AVEF), l'Ecole Nationale Vétérinaire d'Alfort (ENVA), l'Institut National pour la Recherche Agronomique (INRA), l'Institut Français du Cheval et de l'Equitation (IFCE), le Syndicat de l'Industrie du Médicament Vétérinaire (SIMV), l'Université de Caen Basse-Normandie, l'Université de Liège et le pôle de compétitivité filière équine. Le projet de recherche scientifique, élaboré autour du thème de la santé, du bien-être et de la performance des chevaux athlètes, est soumis au ministère de la recherche, qui donne son accord pour la création d'une fondation sous réserve de la capacité de celle-ci à réunir un capital d'un million d'euros, auquel participeraient financièrement les équipes de recherches concernées. Le fonds d'Encouragement aux Projets Equestres Régionaux Ou Nationaux (EPERON)²⁷ accepte de verser un million au capital initial, tandis que l'INRA, l'ANSES, l'ENVA et l'Université Caen Basse-Normandie participent à hauteur de 20 000 euros chacun. Les statuts et l'acte notarié de création devraient être prochainement validés par le ministère de la recherche, donnant une existence légale à la fondation, qui prendra le nom d' "Hippicum". La fondation a rédigé une convention d'objectifs avec l'Etat définissant sa stratégie scientifique pour les années à venir. Les axes de recherche définis sont l'imagerie et la pathologie locomotrice, l'immunologie et la physiopathologie respiratoire, l'infectiologie et l'épidémiologie et, enfin, les marqueurs génétiques et génomiques.

Pour pouvoir financer les équipes de recherche, la fondation s'est lancée dans une campagne de levée de fonds qu'elle a souhaité professionnaliser dès l'origine. Elle est accompagnée dans cette démarche par le cabinet conseil Excel et adhère à l'Association Française des Fundraisers (AFF). Un séminaire regroupant les chercheurs concernés est prévu à l'automne 2011 pour définir plus précisément les programmes de

²⁶ Voir détail en annexe : tableau comparatif des 8 formes de fondations.

²⁷ Fonds national constitué d'une part du prélèvement sur les enjeux sur les courses hippiques, instituée au profit de la Fédération Nationale des Courses Françaises pour financer des projets novateurs structurants.

recherche et leur calendrier, la stratégie de communication, élaborer le dossier de demande de fonds, ainsi que l'implication des chercheurs, qui seront amenés à être les principaux ambassadeurs des projets à financer. Une réflexion est en cours pour définir les contreparties qui pourront être proposés aux futurs mécènes. A partir de janvier 2012, une campagne de collecte sera organisée auprès des grands groupes industriels et pharmaceutiques nationaux et internationaux et des grands donateurs privés sensibilisés à la pratique équine. Puis, dans le cadre des Jeux Equestres Mondiaux en 2014, la collecte sera élargie aux entreprises locales et régionales ainsi qu'à tous les donateurs privés. Les fonds récoltés pourront abonder le capital initial ou être fléchés sur certains projets de recherche, selon les demandes des donateurs. Même s'ils n'affichent pas d'objectifs chiffrés précis, les fondateurs espèrent pouvoir récolter plusieurs millions d'euros en quatre ans.

ANNEXES

ANNEXE 1 : Tableau comparatif des 8 formes de fondations, réalisé par l'équipe "mécénat, fondations et associations" de la société d'avocats AKLEA


 Tableau comparatif des 8 formes de fondations <i>(Auteur : Stéphane COUCHOUX - Responsable de la ligne de services "Mécénat, Fondation & Association")</i>		1- Fondation d'utilité publique 2- Fonds de dotation 3- Fondation d'entreprise 4- Fondation sous égide		5- Fondation de coopération scientifique 6- Fondation partenariale 7- Fondation universitaire 8- Fondation hospitalière	
Dernière mise à jour : janvier 2011					
	FRUP (1)	FdD (2)	FE (3)	FSE (4)	
Principaux textes de référence	L. n° 87-571 du 23/07/1987 modifiée (art. 18) ; D. n° 91-1005 du 30/09/1991	L. n° 2008-776 du 4/08/2008 (art. 140 et 141); D. n° 2009-158 du 11/02/2009	L. n° 87-571 du 23/07/1987 modifiée (Art. 19); D. n° 90-559 du 04/07/1990	L. n° 87-571 du 23/07/1987 modifiée (art. 20); D. n° 91-1005 du 30/09/1991	
Définition	Affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général. Pers. morale à but non lucratif	Affectation irrévocable d'un patrimoine en vue de sa capitalisation, dont les revenus sont utilisés pour soutenir une œuvre d'intérêt général. Pers. morale à but non lucratif	Versement irrévocable de fonds par une ou plusieurs entreprises en vue de la réalisation d'une œuvre d'intérêt général. Pers. morale à but non lucratif	Affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général via une fondation abritante. Pas de personne morale	
Fondateurs	Une ou plusieurs personnes physiques et/ou morales de droit privé ou de droit public (sous conditions)	Une ou plusieurs personnes physiques et/ou morales (privés ou publiques)	Sociétés civiles et commerciales, EPIC, coopératives, institutions de prévoyance et mutuelles	Une ou plusieurs personnes physiques et/ou morales	
Personnalité morale	Oui	Oui	Oui	Non	
Domaines d'intervention d'intérêt général	Généraliste (culture & mise en valeur du patrim. artistique, recherche, éducation & famille, déf. de l'environnement, social & solidarité, sport, philanthropie & humanitaire,...)	Idem FRUP	Idem FRUP	Idem FRUP + compatibilité avec les missions de la fondation abritante	
Procédure de constitution	Demande de RUP instruite par Min. de l'Intérieur et Min. de tutelles; Décret après avis du Cons. d'Etat publié au JORF. Contrôles d'opportunité	Déclaration en Préfecture ; publication au JORF	Autorisation en Préfecture (contrôle de légalité); publication au JORF	Sur délibération de la fondation abritante; Contrôle d'opportunité	
Durée	Illimitée sauf dotation consommable	Selon les statuts	Temporaire (au moins 5 ans)	Selon convention avec la fondation abritante	
Dotation initiale	Obligatoire (intangible ou consommable). Versements échelonnés sur 10 ans max. Montant minimum en pratique : 1M€	Dotation en capital facultative, consommable (impact IS) ou non	Facultative. Financement de "flux" (Pgr d'action pluriannuel d'au moins 150.000 € par période quinquennale)	Selon cahier des charges de l'abritante : avec ou sans dotation, financement de "flux" possible	
Capacité juridique et financière	Grande capacité: mécénat, dons et legs, AGP, immeubles de rapport, titres de participation, etc; Respect du principe de spécialité	Idem FRUP	Capacité limitée	Idem FRUP (capacité de l'abritante)	
Gouvernance (CA: Conseil d'Administration)	CA ou Cons. Surveillance-Directoire / Collèges obligatoires: fondateurs (1/3 au plus); représentants de l'Etat (sauf option commissaire du gouvernement); personnalités qualifiées extérieures	Composition libre du CA avec au moins 3 membres	Gestion moniste (CA) / Collèges obligatoires : entreprises fondatrices et représentants du personnel (2/3 au plus); personnalités qualifiées extérieures (1/3 au moins)	Selon cahier des charges de la FRUP abritante	
Dispositif fiscal du mécénat	Entreprises : réduction d'IS de 60% Particuliers: réduction d'IR de 66% et réduction d'ISF de 75%	Idem FRUP sauf réduction ISF	Entreprises fondatrices: réduction d'IS de 60 % Salariés de l'entreprise fondatrice (et filiales intégrées): réduction d'IR de 66%	Idem FRUP	

Tableau comparatif des 8 formes de fondations

(Auteur : Stéphane COUCHOUX - Responsable de la ligne de services "Mécénat, Fondation & Association")

1- Fondation d'utilité publique
2- Fonds de dotation
3- Fondation d'entreprise
4- Fondation sous égide

5- Fondation de coopération scientifique
6- Fondation partenariale
7- Fondation universitaire
8- Fondation hospitalière

Dernière mise à jour : janvier 2011

	FCS (5)	FP (6)	FU (7)	FH (8)
Principaux textes de référence	Art. L. 344-11 à L.344-16, C. Recherche ; Textes sur la FRUP (subsidaire)	Art. L. 719-13, C. Education; Textes sur la FE (subsidaire)	Art. L. 719-12, C.Education; D. n°2008-326 du 7/04/2008; Textes sur la FRUP (subsidaire)	Art. L.6141-7-3 du CSP ; D. d'application à paraître
Définition	Affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une ou des activités définies aux art. L. 112-1 C. recherche et L. 123-3 C. éducation (recherche scientifique, enseignement supérieur). Pers. Morale à but non lucratif	Création par un étabt public d'enseingt sup. ou de recherche (EPCSCP et EPCS) d'une pers. morale à but non lucratif en vue de soutenir ses actions d'intérêt général	Affectation irrévocable d'un patrimoine au sein d'un étabt public d'enseingt sup. ou de recherche (EPCSCP et EPCS) pour soutenir ses actions d'intérêt général. Pas de personne morale	Affectation irrévocable de biens, droits ou ressources apportés par un ou plusieurs établissement(s) public(s) de santé pour la réalisation d'une ou plusieurs œuvres ou activités d'intérêt général et à but non lucratif, afin de concourir aux missions de recherche mentionnées à l'article L. 6112-1 du CSP
Fondateurs	Plusieurs étabts ou organismes publics ou privés dont au moins un étabt public de recherche ou d'enseignement supérieur (EPCSCP et EPCS)	EPCSCP ou EPCS seuls ou avec des "entreprises" (cf FE)	EPCSCP ou EPCS seuls	Etablissements publics de santé
Personnalité morale	Oui	Oui	Non	Oui
Domaines d'intervention d'intérêt général	Fondation spécialisée : recherche publique + conformité aux missions de service public de l'étabt	Idem FRUP + conformité aux missions de service public de l'étabt	Idem FRUP + conformité aux missions de service public de l'étabt	Fondation spécialisée : missions de recherche mentionnées à l'article L. 6112-1 du CSP
Procédure de constitution	Demande de RUP instruite par Min. Recherche; Décret "simple"; publication au JORF. Contrôles d'opportunité	Sur autorisation du recteur de l'académie; publication au JORF	Sur délibération du conseil d'adm. de l'Université fondatrice	Approbation des statuts par le Conseil de surveillance de l'établissement public de santé initiateur du projet
Durée	Idem FRUP mais durée limitée plus fréquente	Idem FE	Illimitée sauf dotation consommable	Attente publication du Décret en Conseil d'Etat
Dotation initiale	Idem FRUP; en pratique dotation partiellement consommable	Idem FE	Idem FRUP (possibilité de consommer la dotation sur au moins 5 ans)	Attente publication du Décret en Conseil d'Etat
Capacité juridique et financière	Idem FRUP	Capacité élargie (dons & legs, AGP...) + possibilité d'abriter des fondations sans personnalité morale.	Idem FRUP	Idem FRUP
Gouvernance (CA: Conseil d'Administration)	Gestion moniste (CA avec commissaire du Gvt) / Collèges obligatoires : fondateurs et représentants de chercheurs / Conseil scientifique obligatoire	Gestion moniste (CA). Collège obligatoire: Etablt public fondateur (majoritaire) / Collège des entreprises fondatrices facultatif	Conseil de gestion avec 3 collèges obligatoires: représentants de l'établt; reprs. des fondateurs (1/3 au plus) et personnes qualifiées extérieures + recteur de l'académie (commissaire du Gvt)	Attente publication du Décret en Conseil d'Etat
Dispositif fiscal du mécénat	Idem FRUP	Idem FRUP	Idem FRUP	Idem FRUP; à confirmer pour l'ISF

ANNEXE 2 : Questionnaires entreprises et associations

PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE OU DE VOTRE ETABLISSEMENT

Nom de l'entreprise (raison sociale) :

Statut juridique :

Adresse :

Nom de la personne ayant répondu à ce questionnaire :

Fonction dans l'entreprise :

Le cas échéant, adresse du site internet :

Activité de l'entreprise :

Nombre de salariés : de 50 à 100 salariés de 201 à 500 salariés
 de 101 à 150 salariés plus de 501 salariés
 de 151 à 200 salariés

La société est-elle membre d'une filiale/d'un groupe ? OUI NON

Si OUI, laquelle/lequel ?

Cette filiale/ce groupe dispose-t-il d'une fondation d'entreprises ? OUI NON

VOTRE ENTREPRISE (OU VOTRE ETABLISSEMENT EN BASSE-NORMANDIE) ET LE MECENAT

Faites-vous la différence entre le parrainage (sponsoring) et le mécénat ?

OUI NON A PEU PRES

Connaissez-vous les dispositions fiscales dont peut bénéficier une entreprise dans le cadre d'une action de mécénat ? OUI NON

Votre entreprise est-elle mécène ? OUI NON

↳ *Si votre entreprise est mécène :*

Depuis combien de temps ? Moins d'un an
 Entre un an et trois ans
 Depuis plus de trois ans

Quel type de mécénat pratiquez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

Mécénat culturel Mécénat sportif
 Mécénat scientifique Mécénat de solidarité

Quelle est la forme de votre mécénat ? Mécénat de compétences
 Mécénat en nature
 Mécénat financier

Combien de projets avez-vous soutenu en 2010 ?

En ce qui concerne votre engagement en tant que mécène, vous souhaitez dans un avenir proche :

- Le maintenir au même niveau
- L'amplifier
- Le réduire
- L'interrompre

Dans la mesure du possible, merci de motiver votre réponse.

Comment s'est organisé le premier contact avec le(s) porteur(s) de(s) projet(s) que vous soutenez ?

- Une relation personnelle entre le porteur et un membre de l'entreprise
- Une sollicitation du porteur
- Une sollicitation émanant de l'entreprise
- Une mise en relation par un tiers (élus, actionnaire...)

Votre entreprise bénéficie-t-elle des mesures fiscales liées au mécénat ? OUI NON

↳ Si votre entreprise n'est pas mécène :

Quelles sont les raisons qui font que vous ne faites pas de mécénat ?

- Pas d'intérêt pour le mécénat
- Manque d'informations sur les modalités de mécénat
- Pas de projets intéressants à soutenir
- Manque de moyens

Souhaitez-vous faire du mécénat ? OUI NON

VOTRE AVIS CONCERNANT LE MECENAT

Que représente pour vous le mécénat d'entreprise ? Merci de classer les réponses du plus important (1) au moins important (5).

- Un avantage fiscal
- Une valorisation de l'image de l'entreprise
- Un moyen de mobiliser les salariés sur un projet partagé
- Un "coup de cœur" pour l'action soutenue
- Un moyen de renforcer les relations avec le territoire
- Autre, précisez :

Quelles sont, d'après vous, les principaux freins au développement du mécénat en Basse-Normandie ?

CONTACT EVENTUEL

Dans le cadre de cette étude, accepteriez-vous d'être contacté(e) pour échanger sur cette question ?

OUI NON

Personne à contacter :

Fonction au sein de l'entreprise :

Coordonnées téléphoniques :



QUESTIONNAIRE : LES ASSOCIATIONS BAS NORMANDES ET LE MECENAT D'ENTREPRISE

Dans le cadre d'une auto saisine, le CESER mène une étude sur le mécénat d'entreprises en Basse-Normandie. Monsieur BELIN, conseiller économique et social et directeur du Centre International de Deauville en est le rapporteur. Le dossier est suivi par Vincent POTIN, chargé de mission au CESER. L'étude, l'avis et les préconisations qui en découleront seront soumis au vote des conseillers économiques fin d'année 2011.

Cette étude est née du constat que le mécénat d'entreprise est en plein développement en France, notamment depuis la loi « relative au mécénat, aux associations et aux fondations » du 1^{er} août 2003. En effet, en 2010 en France, près de 35 000 entreprises consacrent 2 milliards d'euros au mécénat, pratique en fort développement.

D'une enquête nationale menée par l'Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial (ADMICAL) et le CSA en 2010, il ressort que :

Les entreprises mécènes tendent à diversifier leurs pratiques (mécénat financier, de compétences ou en nature) et structurer leur interventions (professionnalisation des équipes, expérimentations d'interventions collectives,...)

Dans le même temps, on constate une évolution des causes soutenues ; les entreprises privilégient leur soutien aux projets dans les domaines de la solidarité, de l'environnement ou du sport au détriment du mécénat culturel, en forte baisse en 2010.

De plus, le mécénat croisé, soutien aux projets combinant au moins deux champs d'intervention (culture et solidarité, sport/culture, sport/solidarité,...), tend à se développer.

Enfin, le développement du mécénat des TPE/PME est une tendance de fond observée depuis plusieurs années : en 2010, elles représentent 85 % des entreprises mécènes (mais seulement 20 % du budget global) et s'investissent sur des projets avant tout locaux.

Selon une étude menée pour le compte de l'observatoire des partenariats associations – entreprises, le nombre d'associations ayant développé des partenariats avec le monde de l'entreprise est passé de 37 % à 45,5 % en deux ans. Et le mécénat d'entreprises apparaît comme un des aspects de cette relation nouvelle qui s'installe entre "les deux mondes".

Le questionnaire qui suit, réalisé avec la collaboration des Dispositifs Locaux d'Accompagnement (DLA) et les têtes de réseaux associatives se fixe comme objectifs de :

- Caractériser le degré d'information des associations sur le mécénat
- Repérer les pratiques des associations qui font déjà appel au mécénat
- D'identifier les freins et les opportunités du mécénat
- De recueillir la perception, les besoins et les attentes des associations sur ce sujet

Merci de prendre quelques minutes pour y répondre !

Les informations que vous voudrez bien nous communiquer resteront anonymes, alors n'hésitez pas à répondre le plus franchement possible !

**Merci de retourner ce questionnaire renseigné à Vincent POTIN
(vpotin@ceserbn.fr) 02.31.06.97.71.)
et auprès de votre DLA**

QUESTIONNAIRE

Nom de l'association :

Nom de la personne ayant répondu au questionnaire :

Fonction dans l'association :

PRESENTATION DE L'ASSOCIATION

Descriptif de la structure

Département du siège de l'association 14 50 61

Année de création :

Nombre de bénévoles :

Nombre d'adhérents :

Nombre de salariés (en ETP) :

Votre association est-elle affiliée à une fédération ? OUI NON

Si oui, laquelle ?

Budget global de l'association : Inférieur à 10 000 €
 De 10 000 à 50 000 €
 De 50 000 à 100 000 €
 De 100 000 à 500 000 €
 > à 500 000 €

L'association a-t-elle effectué une demande de rescrit fiscal (qui assure l'éligibilité de l'association au dispositif de défiscalisation du mécénat): OUI NON

Domaines d'activité

(Plusieurs réponses possibles)

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agriculture | <input type="checkbox"/> Prévention / Justice | <input type="checkbox"/> Solidarité / Humanitaire |
| <input type="checkbox"/> Culture | <input type="checkbox"/> Sécurité | <input type="checkbox"/> Sport |
| <input type="checkbox"/> Développement local | <input type="checkbox"/> Logement, cadre de vie | <input type="checkbox"/> Tourisme |
| <input type="checkbox"/> Education, formation | <input type="checkbox"/> Médiation | <input type="checkbox"/> Loisirs |
| <input type="checkbox"/> Insertion, Emploi | <input type="checkbox"/> Santé | <input type="checkbox"/> Transports |
| <input type="checkbox"/> Environnement | <input type="checkbox"/> Personnes Handicapées | <input type="checkbox"/> Autre..... |
| <input type="checkbox"/> Famille, enfance, jeunesse | <input type="checkbox"/> Service aux personnes | |
| <input type="checkbox"/> NTIC | <input type="checkbox"/> Service aux entreprises | |

Quels sont actuellement les relations de votre association avec les entreprises du territoire ?

Des représentants d'entreprises font-ils partie :

Du conseil d'administration de votre association ? OUI NON si oui, combien ?

Du bureau de l'association ? OUI NON si oui, combien ?

Le développement de relations avec les entreprises est-il un enjeu pour le développement de votre association ? OUI NON

Une personne est-elle chargée des relations avec les entreprises au sein de votre association ? OUI NON

Si oui, quelle est sa fonction au sein de l'association ?

VOTRE ASSOCIATION ET LE MECENAT

Connaissez-vous la différence entre le mécénat et le parrainage ? OUI NON A peu près

Connaissez-vous les avantages fiscaux auxquels peuvent prétendre les entreprises qui font du mécénat ? OUI NON

Souhaiteriez-vous bénéficier d'une information plus précise sur ces avantages fiscaux ? OUI NON

Avez-vous déjà déposé un dossier auprès de fondations d'entreprises pour obtenir une aide financière ?

Une fois Plusieurs fois Jamais

Si oui, auprès de quelles fondations ?

Vos projets ont-ils été retenus ? OUI NON

Votre association bénéficie-t-elle du mécénat d'entreprises ? OUI NON

Si oui,	Si non, pourquoi ?
<p>Depuis combien de temps ? :</p> <p>Sollicitez-vous les mécènes pour :</p> <p><input type="checkbox"/> Le fonctionnement de l'association</p> <p><input type="checkbox"/> Des projets spécifiques.</p> <p>Si oui, quels types de projets :</p> <p>.....</p> <p>Combien d'entreprises sont mécènes de votre association ?</p> <p>Quelle somme représente le mécénat d'entreprise sur une année:</p> <p>.....€</p> <p>Comment s'est établi le premier contact entre l'association et l'entreprise :</p> <p><input type="checkbox"/> Relation personnelle entre un membre de l'association et l'entreprise mécène</p> <p><input type="checkbox"/> Sollicitation de l'entreprise</p> <p><input type="checkbox"/> Sollicitation de l'association</p> <p><input type="checkbox"/> Mis en relation de l'entreprise et de l'association par une tierce personne</p> <p><input type="checkbox"/> Autre, précisez:</p> <p>Avez-vous été accompagné dans vos démarches de mise en place de mécénat ? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>Si oui, par qui ? (réseau, point d'appui, DLA, ...) :</p> <p>Quelle est la nature du mécénat dont bénéficie votre association ?</p> <p><input type="checkbox"/> Mécénat financier (don d'argent de l'entreprise)</p> <p><input type="checkbox"/> Mécénat de compétences :</p> <p style="padding-left: 20px;">description succincte des compétences mobilisées :</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Mécénat en nature :</p> <p style="padding-left: 20px;">description succincte du matériel donné :</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>Délivrez-vous des reçus de dons aux entreprises qui vous soutiennent ?</p> <p style="text-align: right;"><input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>Etablissez-vous des conventions de partenariats avec les entreprises</p>	<p><input type="checkbox"/> Par souhait</p> <p>Si tel est le cas, pourriez-vous nous indiquer les raisons :</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Par difficulté à mettre en place des projets</p> <p>Si tel est le cas, pourriez-vous préciser :</p> <p><input type="checkbox"/> manque de temps</p> <p><input type="checkbox"/> complexité de la démarche</p> <p><input type="checkbox"/> difficulté à identifier des partenaires</p> <p><input type="checkbox"/> difficulté à mobiliser des partenaires</p> <p><input type="checkbox"/> Autre :</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

<p>mécènes? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>Avez-vous identifié des relais pour vous appuyer dans vos démarches de recherche de mécènes? <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON</p> <p>Si oui, lesquels (plusieurs réponses possibles)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Correspondant au sein des ministères (culture, environnement) <input type="checkbox"/> Chambre de commerce et d'Industrie <input type="checkbox"/> Clubs d'entreprises <input type="checkbox"/> Collectivités locales <input type="checkbox"/> Autres Précisez : 	
--	--

VOTRE PERCEPTION DU MECENAT D'ENTREPRISE

Pour vous le mécénat d'entreprise, c'est (hiérarchisez les réponses de 1 -important- a 6 -moins important-):

- Un moyen financier
- Une opportunité pour développer vos partenariats
- Un moyen de renforcer l'ancrage territorial de votre association
- Un moyen de renforcer le réseau relationnel de l'association
- Un apport de compétences
- Autre, précisez:

Quels sont, d'après vous, les principaux freins au développement du mécénat d'entreprise ?.....

- Quels sont vos besoins et vos attentes sur le mécénat d'entreprise ?
- Information sur les dispositifs fiscaux,
 - Rencontre avec les entreprises mécènes,
 - Formation pour structurer l'approche de l'entreprise et la recherche de mécènes
 - Accompagnement spécifique de votre association sur cette question
 - Mise en œuvre de démarches collectives inter-associatives
 - Echanges de pratiques
 - Autre, précisez :.....

Quelles remarques et observations supplémentaires souhaiteriez-vous apporter concernant le mécénat d'entreprise ?

Accepteriez-vous d'être contacté par le CESER pour échanger plus précisément sur le mécénat d'entreprise ? OUI NON

Si oui, quelle personne pourrait être contactée :

Nom et coordonnées de la personne :

Fonction au sein de l'association :

Si vous souhaitez recevoir le résultat de l'enquête par mail :

Si vous souhaitez recevoir la publication finale de l'étude : votre adresse :

.....

Merci pour votre réponse

Annexe 3 : Trois cas pratiques de défiscalisation d'actions de mécénat

Cas n° 1

Une SA « BRICOMAX » exploitant un magasin de bricolage, soumise à l'IS au taux de droit commun, réalisant un CA de 5 400 000 € et un bénéfice net de 300 000 €, verse en avril 2009 une somme de 30 000 € à une association culturelle d'intérêt général. La plaquette et les affiches du spectacle annuel portent en signature la mention suivante : « BRICOMAX soutient ce projet associatif ».

L'IS théoriquement dû est de $300\,000 \times 33\,1/3\% = 100\,000\text{ €}$

La réduction d'impôt est déterminée ainsi :

▲ Plafond de déductibilité : $5\,400\,000 \times 0,5\% = 27\,000\text{ €}$

▲ Montant des versements plafonnés : 27 000€

▲ Montant des **versements reportés sur les 5 exercices suivants** :



$30\,000 - 27\,000 = 3\,000\text{ €}$

▲ Réduction d'impôt : $27\,000 \times 60\% = 16\,200\text{ €}$

Impôt sur les sociétés net dû : $100\,000 - 16\,200 = 83\,800\text{ €}$

➔ **Retraitement des 27 000 € au tableau 2058-A**

📄 **Formulaires 2069-M-SD et relevé d'IS 2572.**

				@ internet-DGI	
N° 12386*01 Formulaire obligatoire Art. 49 septies X annexe III au CGI		Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE		2069-M-SD (2008)	
REDUCTION D'IMPOT MECENAT (Article 238 bis du code général des impôts)					
Exercice du <input type="text"/> au <input type="text"/> ou année ¹ 2009					
Dénomination de l'entreprise	BRICOMAX				
Adresse	<input type="text"/>				
N° Siret	<input type="text"/>				
SOCIÉTÉ BÉNÉFICIAIRE DU RÉGIME FISCAL DES GROUPES DE SOCIÉTÉS (COCHER LA CASE) <input type="checkbox"/>					
Dénomination de la société mère	<input type="text"/>				
Adresse	<input type="text"/>				
N° Siret	<input type="text"/>				
Chiffre d'affaires de l'exercice	1	5400000	Plafond de déductibilité (ligne 1 x 5 %)	2	27000
I - DÉPENSES ENGAGÉES AU COURS DE L'EXERCICE OUVRANT DROIT À REDUCTION D'IMPÔT					
Versements effectués au profit d'œuvres ou organismes ²	3	30000			
• Dont dépenses inférieures ou égales au plafond (montant ligne 3 limité au montant ligne 2)	4	27000			
• Dont dépenses supérieures au plafond (ligne 3 - ligne 4 si montant ligne 3 > montant ligne 2)	5		3000		
Dépenses engagées en vue de l'achat d'œuvres originales d'artistes vivants qui sont inscrites à un compte d'actif immobilisé (article 238 bis AB du CGI)	6				
Plafonnement des dépenses [(ligne 6 dans la limite des montants (ligne 2 - ligne 4)]	7				
II - APPRECIATION DU MONTANT DES DEPENSES ENGAGÉES AU COURS DE L'EXERCICE AU REGARD DU PLAFOND DE DÉDUCTIBILITÉ					
Plafond de déductibilité utilisé (ligne 4 + ligne 7)	8	27000			
Montant maximum des excédents de versement des exercices antérieurs pouvant être pris en compte (ligne 2 - ligne 8)	9	0			

