

CENTRE NATIONAL D'APPUI ET DE RESSOURCES

CNAR

ENVIRONNEMENT

ENVIRONNEMENT

Le mécénat des PME et PMI dans le secteur de l'environnement

Premiers éléments pour une approche territoriale

www.cnarenvironnement.org



Sommaire

Introduction	5
I. Où en est le mécénat d'entreprise aujourd'hui ?	5
II. Des mises en place de projets de mécénat difficiles	7
III. Des opérations pourtant avantageuses pour les associations et les entreprises	7
IV. Quelques clés de lecture pour progresser dans la voie du mécénat	8
Bibliographie	10

Introduction

Autrefois considéré comme un don sans aucune contrepartie, le mécénat se révèle plus aujourd'hui comme la mise en œuvre partenariale d'un projet. Il est également un outil de structuration des territoires par les liens qu'il crée entre une association (et donc ses membres) et une entreprise (et donc ses salariés). Ces liens sont aussi l'occasion d'associer un troisième acteur : la collectivité locale, souvent désireuse de se rapprocher des projets dynamiques.

En 2008, dans le cadre de son programme d'actions, le CNAR Environnement renforce sa plateforme ressources en s'intéressant au **mécénat en environnement pour les petites entreprises (PME¹ et TPE²)**, considérant l'importance de ce type de partenariat dans le renforcement des liens entre les acteurs sur les territoires.

En s'appuyant sur les travaux, enquêtes et rapports déjà réalisés sur le sujet et en se basant sur **une série d'entretiens menés avec 5 PME** des régions Ile-de-France et Franche-Comté, le CNAR-E propose de constituer un **carnet ressources basé sur une approche territoriale du « Mécénat d'entreprise en environnement »** faisant le point sur la situation actuelle et les opportunités pour les associations environnementales. Celui-ci a pour objet de rassembler les perspectives récoltées auprès des entreprises, d'identifier les freins et leviers des mises en œuvre de partenariat.

Il proposera en outre un glossaire des ressources déjà disponibles dans le domaine : lecture, formations, etc...

L'objectif du CNAR-E est de contribuer à construire une « culture mécénat » dans le secteur associatif de l'environnement.

I. Où en est le mécénat d'entreprise aujourd'hui³ ?

1. Une forte progression du mécénat

On constate à l'heure actuelle un essor rapide du mécénat d'entreprise.

En 2008, 23% des entreprises de 20 salariés et plus pratiquent le mécénat, soit près de 30 000 entreprises.

26 % des entreprises de 200 salariés et plus ont fait du mécénat en 2008 contre 18% en 2006.

2. Le mécénat local

73 % des mécènes sont des petites entreprises de 20 à 99 salariés

65 % des entreprises mécènes interviennent au moins au niveau régional, soit 71% des entreprises de 20 à 99 salariés et 70 % des entreprises de 100 à 199 entreprises.

¹ Très petites entreprises (moins de 10 salariés)

² Petites et moyennes entreprises (moins de 250 salariés)

³ Toutes les données chiffrées de ce chapitre sont issues des Résultats de l'enquête ADMICAL-CSA : le mécénat d'entreprise en France 2008 et du *Répertoire du mécénat d'entreprise 2007 de l'ADMICAL*

3. Quid du mécénat de l'environnement ?

L'environnement n'est pas le champ privilégié du mécénat, mais prend de l'importance.

Le grand public se mobilise volontiers pour des actions sociales ou médicales. Le secteur de l'environnement ne fait pas recette auprès de ce public car ce dernier considère parfois que les problèmes environnementaux relèvent de la responsabilité des pouvoirs publics et que leur contribution ne peut avoir qu'un faible impact sur les sujets traités lorsque sont en cause des enjeux globaux.

Par ailleurs, les entreprises envisagent le mécénat des secteurs de la culture ou du sport comme nécessairement local, l'environnement est encore trop souvent considéré comme une problématique globale dont les réponses seraient apportées par des organisations internationales ou nationales.

Le constat est le même pour les fondations sous égide, qui sont majoritairement le fait de particuliers qui souhaitent soutenir une cause qui leur tient particulièrement à cœur. Les thèmes privilégiés sont la solidarité, la santé, l'aide à l'enfance. À ce jour, l'environnement attire peu de créateurs de fondations. Ceci est dû, pour partie, au fait que les causes de défense de l'environnement sont, actuellement, difficilement identifiables et perçues comme moins valorisantes par les particuliers alors qu'elles peuvent être économiquement et socialement rentables et performantes pour les entreprises.

La place croissante qu'occupe l'environnement dans les médias et dans les préoccupations tend à faire évoluer cela et à rappeler les responsabilités et les leviers d'actions. Ainsi, les citoyens et leurs organisations (associations, entreprises, collectivités) s'interrogent de plus en plus sur le rôle qu'ils ont à jouer.

Quelques chiffres...

1- Quel mécénat pour quelles entreprises ?

- Parmi les entreprises de 20 à 99 salariés, 44% interviennent dans la solidarité, 31% dans la culture, 29% en faveur du sport, 11% dans l'environnement et 11% dans la recherche.
- Entreprises de 100 à 199 salariés : 49% solidarité, 32% culture, 25% sport, 20% l'environnement et 7% recherche.
- Entreprises de 200 salariés et plus : 55% solidarité, 58% culture, 15% sport, 24% l'environnement et 14% recherche.

23% des entreprises du secteur de l'industrie ou de la construction interviennent dans le domaine de l'environnement.

2- Le mécénat environnemental, évolution, part et budgets.

En 2005, les entreprises de plus de 200 salariés pratiquant le mécénat sont 19 % à déclarer intervenir dans les domaines de l'environnement (soit 3 % des entreprises).

En 2008, 14% des entreprises font du mécénat environnemental, soit 24 % des entreprises de 200 salariés et plus (contre 19% en 2006).

En 2008, l'environnement se voit attribuer 15% des dons des entreprises mécènes, soit 375 millions d'euros.

Pour les entreprises de 200 salariés et plus, l'environnement concentre 10 % des budgets (contre 5% en 2006).

3- Les thèmes privilégiés

En 2005 les sommes affectées à l'environnement dans le cadre de mécénat concernent essentiellement l'éducation à l'environnement :

- éducation à l'environnement : 65,3 %
- préservation de sites naturels : 14,2 %
- protection des espèces : 12,8 %
- autres domaines : 7,7 %

II. Des mises en place de projets de mécénat difficiles

Les projets de mécénat de l'environnement sont loin de déboucher systématiquement sur des succès partagés.

1. La connaissance réciproque des acteurs est faible

Les associations sont mal préparées au montage de partenariat avec le secteur privé, et ont souvent encore des réticences à vraiment s'engager dans le dialogue.

On constate que de multiples formations sont déjà proposées aux associations dans ce domaine. Par contre, il n'existe que peu d'information globale sur les attentes des entreprises en matière de mécénat environnemental.

Il existe de même une méconnaissance par les entreprises des associations et de la possibilité de coopérer.

2. Un manque de cadrage des projets

Les associations aimeraient un soutien global à leur structure, les entreprises sont plutôt intéressées par le financement de projets précis. Le soutien financier s'effectue le plus souvent sur des actions précises, déterminée en accord avec les porteurs de projets, et non pas de manière globale à l'association. Les mécènes n'acceptent donc pas toujours de contribuer financièrement à l'emploi d'une personne, ni à des frais de fonctionnement (charges, salaires, frais de transport ou d'hébergement...) alors que ce sont les postes pour lesquels les associations manquent le plus de financements.

Les projets proposés sont souvent trop vagues, les éventuels engagements des deux parties flous et les conventions rarement détaillées. Les deux parties auraient besoin d'une approche plus professionnelle de la relation entreprise / association, car elles sont encore démunies face à ces sujets, à ses aspects juridiques et fiscaux et n'investissent pas assez de temps dans leur démarche. Elles jugent souvent que le temps et coût de travail nécessaires à la recherche et la mise en œuvre de partenariats sont trop importants pour les bénéficiaires qui peuvent en résulter.

III. Des opérations pourtant avantageuses pour les associations et les entreprises

Le mécénat est souvent l'occasion d'établir un dialogue privilégié entre partenaires peu habitués à travailler ensemble.

1. Pour les associations

Majoritairement dépendantes de fonds publics, les associations de protection de l'environnement ont besoin de diversifier leurs financements. Elles peuvent pour cela se tourner vers le secteur privé. Au-delà de la recherche de financements, cela leur permet également de s'ouvrir et d'entrer en partenariat avec des acteurs en prise directe avec l'environnement. Pour l'association, au-delà de la stricte recherche de financements auprès du secteur privé à laquelle l'oblige le risque de restriction des fonds publics, le fait de diversifier ses modes de financements l'amène à comprendre

peu à peu qu'il existe aujourd'hui une convergence forte entre les missions des défenseurs de l'environnement et les préoccupations des entreprises. Il peut aussi être intéressant de noter la capacité du mécénat environnemental d'être un vecteur de mécénat croisé (environnement et culture, environnement et santé, environnement et solidarité...) élargissant ainsi le potentiel des acteurs concernés.

2. Pour les entreprises

Le mécénat est une façon pour l'entreprise de nouer différemment le dialogue avec la société civile. C'est une façon de mobiliser les salariés, de rencontrer d'autres publics, de mieux comprendre les aspirations de l'opinion, d'anticiper, d'innover, de prospecter, de confronter les cultures, de déchiffrer un avenir difficile à appréhender ... C'est une occasion, dans un marché totalement concurrentiel, de faire connaître ses métiers et reconnaître ses performances.

3. Les avantages d'un mécénat effectué à l'échelle locale, avec des TPE⁴/PME⁵

Les perspectives du projet et l'évaluation des résultats sont plus visibles dans un mécénat effectué à l'échelle locale pour les partenaires que lorsque le partenariat n'a pas d'ancrage territorial, surtout en matière environnementale.

Les salariés s'impliquent davantage si les projets sont faits selon une approche locale.

Un mécénat territorial profite à l'attractivité des territoires car des relations locales plus riches sont un facteur de dynamisme local et rendent le territoire plus attractif.

De plus, dans le champ de l'écologie et du développement durable, les TPE/PME sont parfaitement positionnées pour soutenir des projets ciblés, de moindre envergure ou plus étalés dans le temps.

En soutenant des projets en faveur de l'écologie et du développement durable (chantiers volontaires, brigades nature, conseillers en écologie, opérateurs en milieu urbain, ...), le mécénat peut aider à la création d'emplois et à la réinsertion sociale. La « green économie » aura besoin de « laboratoire d'innovation ». Comme il a été constaté dans le sanitaire et social, le secteur associatif peut être un formidable levier pour développer des solutions pérennes et durables.

Ceci peut favoriser un renforcement des liens avec les collectivités locales, par la dynamisation de l'économie locale et la participation à la mise en œuvre de projets soutenus par les collectivités.

IV. Quelques clés de lecture pour progresser dans la voie du mécénat

1. Les précautions nécessaires pour les associations

L'entreprise n'a aucun intérêt à soutenir des causes mal définies et peu probantes. Les entreprises souhaitent que la problématique développée dans le projet et/ou l'association soit proche en termes de centre d'intérêts et permette de mettre en avant des convictions communes. L'entreprise ne vit pas dans l'émotion (charité), mais dans la culture de performance.

⁴ Très petites entreprises (moins de 10 salariés)

⁵ Petites et moyennes entreprises (moins de 250 salariés)

- Montrer à l'entreprise qu'elle est partie prenante et pas un simple financeur. Les entreprises attendent plus qu'un simple retour d'image, mais aussi un partage d'expériences, un partage de compétences, etc.
- Concernant les projets : Sauf exceptions, ce sont les associations qui proposent aux entreprises. Penser que la plupart des dirigeants ont peu de temps et souhaitent voir des projets avancés, précis, plutôt que des réunions ou documents de travail vagues. Présenter des projets clairs et précis d'actions concrètes traduit dans le langage des entreprises, c'est-à-dire avec des objectifs, voire des indicateurs, une planification avec des délais, des moyens, business plan, etc.
- Tenir l'entreprise partenaire toujours informée, l'inviter lors des événements, groupes de travail...
- Ne pas abandonner la culture « association » pour une culture d'entreprise : prendre le meilleur de chacun, mais adapter son discours et toucher son interlocuteur.
- Se rendre visible en se faisant connaître aux différentes institutions proches des entreprises : CCI, Délégations Régionales ADEME, Maison des associations, etc ... Le partenariat commence souvent sur de simples rencontres de personnes et de projets. Créer des « ponts » entre les entreprises et les associations.
- Se tenir au courant des avancées législatives sur le sujet du mécénat (suite Grenelle) pour pouvoir en expliquer les principaux avantages fiscaux pour l'entreprise. Axer le discours sur la législation en matière environnementale et les possibilités d'anticiper les lois concernant les entreprises (aide à l'innovation).
- L'une des clés de succès est de convaincre en interne ! Le porteur de projet interne doit engager une telle démarche au sein même de l'association.

2. Recommandations pour les entreprises mécènes

- Le mécénat se construit et se fortifie dans la durée : stratégie globale et de long terme (convention de 3 à 5 ans pour les projets ambitieux, renouvelables).
- Associer ses salariés aux opérations de mécénat : l'environnement et le DD sont des thèmes transversaux qui concernent indifféremment tous les citoyens.
- Coupler mécénat financier et mécénat de compétence : pour mieux impliquer ses salariés et aider les bénéficiaires à professionnaliser leur démarche.
- Suivre et évaluer les programmes : accompagnement du bénéficiaire.
- Valoriser son mécénat : le mécénat doit principalement porter les valeurs de l'entreprise : identifier des actions en fonction des concepts fédérateurs en adéquation avec les valeurs et les métiers de l'entreprise.
- Sélectionner les thèmes innovants : marquer sa différence et consolider son image.
- Développer le mécénat en nature : mise à disposition de locaux, équipements.

3. Dispositions pouvant aider le porteur de projet associatif

- Élaboration d'une charte de mécénat : définition d'une doctrine qui fixe le champ des opérations éligibles au partenariat
- Désigner un chargé de mission mécénat : sensibilisation des personnels en interne, relation avec les entreprises ...
- Définir le projet : stratégie globale et à long terme
- Choisir les partenaires : entreprises à solliciter, s'interroger sur leurs motivations essentielles ; ne pas focaliser sur les « grands groupes », les PME peuvent être intéressées et construire des relations avec plusieurs associations.
- Faire un suivi-évaluation : rendre des comptes en présentant des bilans est un moyen efficace de la fidéliser.

Bibliographie

Sur Internet :

- Document réalisé par le cabinet PARALLAXE CONSEIL
Accompagnement collectif d'une douzaine d'associations de Poitou-Charentes à vocation environnementale dans leur recherche de mécénat/parrainage : rapport de mission - DLA Poitou-Charentes, C2RA, CNARE Décembre 2007
 - Mécénat parrainage
http://www.poitoucharentes.travail.gouv.fr/dataDLA/file/Memo1_mecenat_parrainage.pdf
 - RSE, développement durable et mécénat
http://www.poitoucharentes.travail.gouv.fr/dataDLA/file/Memo2_RSE_DD.pdf
 - Le mécénat côté association
http://www.poitoucharentes.travail.gouv.fr/dataDLA/file/Memo3_rescritfiscal.pdf
 - Comment encadrer ses pratiques de mécénat et de parrainage
http://www.poitoucharentes.travail.gouv.fr/dataDLA/file/Memo4_code_conduite.pdf
 - Comment identifier et qualifier les mécènes potentiels
http://www.poitoucharentes.travail.gouv.fr/dataDLA/file/Memo5_ciblage.pdf
 - Rédiger une proposition de partenariat
http://www.poitoucharentes.travail.gouv.fr/dataDLA/file/Memo6_proposition.pdf
- Entretiens, rédaction et mise en forme par Bruno Colin, Association Opale - Cnar
Culture Associations culturelles et mécénat d'entreprise : comment aborder la recherche de partenariats privés ? Entretiens croisés avec Stéphane Barré, Patrick Rosenfeld et François-Xavier Tramond (Mars 2008)
http://www.culture-proximite.org/article.php3?id_article=214
- Document réalisé par le Ministère de la culture et de la communication
Fiche N° 4 : « Parrainage » ou « mécénat » ? <http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/fiches/fiche7.htm>
- Rapport rédigé par Dominique LEGRAIN, Inspection générale de l'environnement, 2007 :
L'environnement, nouvel enjeu pour le mécénat d'entreprise
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/084000052/>
- Sur le site d'ISBL Consultants, rédaction François MAYAUX : CR de la table ronde animée par IMS-
Entreprendre pour la Cité, organisée dans le cadre de la 2ème édition du Salon du Mécénat au centre des Congrès de Lyon le 26 juin 2008
Entreprises et associations : regards croisés sur les partenariats
<http://www.isbl-consultants.fr/Entreprises-et-associations>
- Le mécénat d'entreprise en France 2008 - ADMICAL Cette enquête permet de dégager les principales tendances quantitatives et qualitatives du mécénat d'entreprise au niveau national
http://www.admical.asso.fr/editor/files/ADMICAL_CSA2008.pdf
- Mécénat et développement durable au sein des entreprises : synergie ou concurrence. Novembre 2007
La montée des préoccupations sociétales impacte l'entreprise ; L'engagement sociétal de l'entreprise se fait dans une logique d'adaptation douce du capitalisme ; La montée du développement durable contribue au renouvellement du mécénat ; Quel avenir pour le développement durable et pour le mécénat ? Etude disponible sur le site de la Fondation de France
http://www.fdf.org/download/mecenat_dd_Obs_Fondationdefrance_2007.pdf

En librairie :

- [Le mécénat. Debieesse, François PUF, Paris 2007 - Collection Que sais-je ?, n° 2331](#)

Une introduction au mécénat : son histoire, les mécènes d'aujourd'hui, les principaux domaines bénéficiant du mécénat, son mode et son contenu, sa forme juridique, sa géographie, l'évaluation et la place du mécénat.

- [Répertoire du mécénat d'entreprise 2007 : solidarité, culture, environnement, sport, recherche - ADMICAL, Paris 2006](#)

Un outil particulièrement pertinent pour une recherche de mécénat au niveau national (Coordonnées de l'entreprise, noms des responsables, politique de mécénat, modalités de sélection des dossiers, budgets, site internet...) ; possibilité de recherche thématiques ou alphabétiques.

Disponible également par achat en ligne sur le site de l'Admical

- [Le Guide juridique et fiscal du mécénat et des fondations : à l'usage des entreprises, des entrepreneurs, et des acteurs du mécénat \(4ème édition\), ADMICAL, Paris 2007.](#)

Des réponses détaillées, expliquées et commentées à toutes les questions que les entreprises et les professionnels du mécénat peuvent se poser, qu'il s'agisse de la création d'une fondation, de la rédaction d'un contrat de mécénat ou encore des droits d'auteur.

Disponible également par achat en ligne sur le site de l'Admical

- [Ce qui motive les entreprises mécènes : philanthropie, investissement, responsabilité sociale ? - SEGHERS Virginie, Ed. Autrement, Paris 2007](#)

A travers une série de témoignages, l'ouvrage décrit les motivations et les projets des mécènes qu'ils appartiennent à des ONG, à des fondations ou à des agences de notation. Une forme originale d'engagement des entreprises envers la société, entre philanthropie et responsabilité sociale.

- [La Société, une affaire d'entreprise ? : l'engagement sociétal des entreprises, enjeux, pratiques, perspectives - IMS entreprendre pour la cité - Préface de Claude Bébéar, conclusion Henri de Reboul, Ed. d'Organisation, Paris 2006](#)

Propose aux acteurs économiques et à leurs partenaires des clés de compréhension sur le rôle de l'entreprise dans la société

- [Mécénat environnemental : revue des professionnels des espaces naturels N° 18- Avril 2007](#)

Dossier sur la thématique du mécénat environnemental dans la gestion des espaces naturels. 10 pages à travers lesquelles plusieurs acteurs expriment leur point de vue.

Le CNAR-Environnement est animé par un collectif national d'organismes agissant dans le secteur de l'environnement :

- le Comité de Liaison Energies Renouvelables, www.cler.org
- France Nature Environnement, www.fne.asso.fr
- le Réseau Ecole et Nature, www.ecole-et-nature.org
- les Réseaux Territoires Environnement Emplois, www.reseau-tee.net
- l'Union nationale des Centres Permanents d'Initiatives pour l'Environnement, structure porteuse du CNARE au nom du collectif coordinateur, www.cpie.fr

Ses missions ?

Mobiliser les acteurs de l'environnement, appuyer les actions des DLA et C2RA sur ce secteur (outils méthodologiques, observation, analyse, évaluation) et impulser des partenariats nationaux.

Quelques exemples d'actions et de productions :

mobilisation des acteurs de l'environnement en Aquitaine, Bretagne, Basse-Normandie et Rhône-Alpes, création d'un dispositif d'évaluation et de valorisation de l'utilité sociale des structures environnementales, réalisation d'une étude argumentaire sur les partenariats entre associations et pouvoirs publics, réalisation de monographies sur la coopération entre territoires de projets et DLA, étude sur l'emploi dans les associations environnementales.

Édition : CNAR Environnement, 2008.

Coordination : Comité de Liaison des Energies Renouvelables, Raphaël Claustre - www.cler.org.

Rédaction : Comité de Liaison des Energies Renouvelables, Julia Verdun et Raphaël Claustre - Réseaux Territoires Environnement Emplois, Brigitte Briel.

Projet du CNAR Environnement.



Cette publication est cofinancée par l'Union européenne.
L'Europe s'engage en France avec le Fonds social européen