

# TBWA\CORPORATE\NON PROFIT

Selon le sondage TBWA\CORPORATE\NON PROFIT – IFOP du 19 mars 2007

**Les ¾ des Français trouvent que le mécénat n'est pas assez développé et 62% qu'il s'agit d'un vrai engagement (pas d'un alibi)**

**85% des salariés et 83% des consommateurs préfèrent les entreprises qui font du mécénat**

Agence de communication de TBWA\CORPORATE spécialisée dans la communication sur des sujets non marchands : associations et ONG, mais aussi entreprises dans leurs relations avec celles-ci et dans leur politique de mécénat (Accor, BTP gestion, Caisse des Dépôts, Chronopost, Fédération Nationale des Caisses d'Épargne, ...), \NON PROFIT s'est, à l'approche des Assises du Mécénat (organisées par l'Admical à Lille les 27 et 28 mars 2007), demandée ce que pensent vraiment les Français du mécénat dans leur pays :

- Le mécénat d'entreprise en France, assez développé ou non ?
- Alibi ou engagement réel ?
- Avantage concurrentiel ou non : préférence pour travailler dans une entreprise mécène plutôt qu'une « non mécène »? préférence pour acheter ses produits que ceux d'une entreprise qui ne fait pas encore de mécénat ?
- Envie de participer au mécénat de son employeur ?
- Justification des aides fiscales : pas assez, suffisamment, trop élevées ?
- Enfin, étant régulièrement amenée à aider des entreprises à expliquer et à faire connaître leur mécénat, \NON PROFIT s'est posé la question de la perception que pouvait susciter le fait, pour une entreprise mécène, de communiquer sur ce qu'elle fait dans ce domaine.

## **Le résumé de l'Ifop :**

D'une manière générale, on peut dire que le mécénat d'entreprise reste tout de même un ovni car seulement 1/4 des français le trouvent assez développé (25%). Ces chiffres sortent d'ailleurs après une mise en situation et quelques éléments d'explication : on pourrait penser que les résultats seraient inférieurs si le laïus introductif n'avait pas été fait.

### **Des déductions fiscales qui pourraient venir à l'encontre de la perception "d'un vrai engagement"**

Ce qui peut être noté c'est que finalement les français pensent que le mécénat pourrait être plus développé, et que cela est tout à fait légitime de communiquer dessus (71%), si tant est que ce ne sont pas que les déductions fiscales qui poussent les entreprises à le faire.

Les entreprises peuvent donc en tirer un bénéfice institutionnel d'image mais pas au prix de cadeaux fiscaux !

Dans l'ensemble 79% les trouvent élevées (22% trop élevées et 57% assez élevées).

### **Le mécénat d'entreprise comme réel "avantage concurrentiel"**

Alors que les personnes interrogées voient le mécénat comme un alibi pour 36% des cas, il peut représenter quand même un vrai avantage concurrentiel : le fait qu'une entreprise fasse des actions de mécénat crée dans l'absolu la préférence pour 85% des cas (salarié) et 83% des cas (consommateur).

Bien sûr pour ceux qui répondent qu'ils ne souhaiteraient pas participer aux actions de mécénat de leur entreprise, seulement 59% préféreraient travailler dans entreprise qui en fait.

### **Selon les cadres et les ouvriers, quelques disparités posture citoyenne/posture salarié vis-à-vis du mécénat**

Les cadres, en tant que citoyens, sont un peu plus sceptiques que les ouvriers :

- Cadres : 56 % seulement pensent qu'il s'agit d'un "vrai engagement de l'entreprise pour un projet d'intérêt général" et 64% trouvent que cela est normal de communiquer et de parler de ses actions. Les cadres pensent décoder les rouages d'une stratégie d'entreprise...
- Ouvriers : 67% pensent qu'il s'agit d'un "vrai engagement de l'entreprise pour un projet d'intérêt général" et 78% trouvent que cela est normal de communiquer et de parler de ses actions.

En revanche en tant que salariés, le phénomène s'inverse :

- Les cadres sont plus volontaires car seulement 5 % d'entre eux ne souhaiteraient pas et refuseraient d'y participer versus 19% pour les ouvriers (implication inférieure due au temps, aux salaires...)

## **Laurent Terrisse, Directeur de INON PROFIT :**

« En tant que communicants qui accompagnons depuis près de 20 ans l'émergence du mécénat d'entreprise en France<sup>1</sup>, nous sommes obligés d'avouer que ce sondage remet en cause nos idées reçues.

Quelque chose s'est passé dans notre pays au cours des trois dernières années.

Les chiffres des deux derniers rapports de l'Admical<sup>2</sup> et de nombreux signes annonçaient ce phénomène, de même que la multiplication des demandes que nous recevons depuis 4 ans pour aider à « optimiser » et « valoriser » le mécénat de grands groupes, lancer des démarches de mécénat ou des coopérations entre les secteurs marchands et non marchands.

Mais la grande inconnue pour nous était encore l'opinion publique.

Le mécénat étant encore souvent une question de « réputation », les entreprises se posent généralement la question de la perception de leur mécénat par les salariés, les jeunes diplômés, les décideurs, les actionnaires, les journalistes, ... Rarement par le grand public.

D'où l'idée, avec Jérôme Fourquet, de l'IFOP, de poser quelques questions « poil à gratter » au grand public lui-même.

Je dois avouer que j'ai été surpris des réponses. À écouter, tous les jours, mes clients, je pouvais m'attendre à ce qu'une plus grande proportion des personnes interrogées nous disent qu'elles considéraient le mécénat comme un « alibi », que celui-ci était bien assez développé comme ça, que ce n'était pas le fait qu'une entreprise soit mécène qui allait changer leur opinion sur ses emplois ou ses produits, qu'il ne fallait tout de même pas attendre d'eux qu'elles participent à une telle politique de leur patron.

En tant que dirigeant d'agence de communication, je pouvais aussi m'attendre, à entendre les avis de bien des responsables de communication et spécialistes du mécénat, à un rejet massif du principe qu'une entreprise communique pour valoriser son mécénat.

Cet enthousiasme, surprise supplémentaire, est très également partagé entre les différentes catégories de la population française : jeunes ou vieux, parisiens ou régionaux, populaires ou privilégiés, tous se retrouvent dans cet idée que « le mécénat, on en veut ».

---

<sup>1</sup> Laurent Terrisse a été à l'origine des « 1ères Assises du Mécénat » en novembre 1987

<sup>2</sup> Sur admical.org : le mécénat franchit le milliard d'euros en 2005 et le nombre des créations de fondations d'entreprises explose en 2005 – 2006 (également sur le site de la Fondation de France, fdf.org)

Enfin un sujet qui ne *clive* pas ?

Tout juste IFOP parvient-il à déceler quelques divergences entre cadres et non cadres sur la question de la réalité de l'engagement des entreprises lorsqu'elles pratiquent le mécénat. Mais ici aussi, paradoxe entre les idées attendues et les résultats de ce sondage : les salariés, sur ce sujet, sont plus confiants que les cadres !<sup>3</sup>

Seul bémol, mais là aussi à contre courant des discours dominants du monde du mécénat : 79% des personnes interrogées trouvent les déductions fiscales dans ce domaine élevées (presque ¼ beaucoup trop).

Un signal, sans doute, que les entreprises ont désormais la marge de manoeuvre nécessaire pour prendre leur *destin mécénal* en main, et que c'est en sachant en valoriser les effets<sup>4</sup> qu'elles pourront répondre à la sympathie et aux attentes que révèle ce sondage. »

---

<sup>3</sup> *Défiance peut-être à mettre en rapport avec les études sur le « malaise des cadres »*

<sup>4</sup> *Certes, nous prêchons ici aussi pour notre paroisse...*

## Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	<b>TBWA Corporate / Non Profit</b>
Echantillon	Echantillon de <b>955</b> personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.  La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par téléphone au domicile des personnes interrogées.
Date de terrain	Le 19 mars 2007

## Le jugement à l'égard du développement du mécénat d'entreprises en France

Nous allons parler du mécénat qui consiste pour une entreprise à aider une association ou un organisme d'intérêt général, dans les domaines de la culture, du social, de l'environnement... Il existe plusieurs types de soutien : le mécénat financier (cotisations, subventions,...) et le mécénat en nature : mise à disposition de locaux, de marchandises en stock, prestations de services,...

Question: De manière générale en France, diriez-vous que le mécénat d'entreprises est ... ?

	Ensemble (%)
<b>TOTAL Développé .....</b>	<b>27</b>
• Très développé .....	2
• Assez développé .....	25
<b>TOTAL Pas développé .....</b>	<b>71</b>
• Pas assez développé .....	63
• Pas du tout développé .....	8
- Ne se prononcent pas .....	2
<b>TOTAL .....</b>	<b>100</b>

## Le jugement à l'égard des entreprises qui font du mécénat

Question: Quand vous entendez parler d'une entreprise qui fait du mécénat vous vous dites ... ?

	<b>Ensemble (%)</b>	Cadres (%)	Ouvriers (%)
• Cela correspond à un vrai engagement de l'entreprise pour un projet d'intérêt général .....	<b>62</b>	56	67
• Ce n'est qu'un alibi des entreprises sans véritable engagement .....	<b>36</b>	41	33
- Ne se prononcent pas .....	<b>2</b>	3	-
<b>TOTAL</b> .....	<b>100</b>	100	100

## La préférence pour les entreprises qui font du mécénat ou pour leurs produits

Question: Préférez-vous ... ?

	Oui (%)	Non (%)	Nsp (%)	TOTAL (%)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travailler dans une entreprise qui fait du mécénat plutôt que dans une entreprise qui n'en fait pas .....</li> </ul> <p><i>(Question posée uniquement aux actifs, soit 51% de l'échantillon)</i></p>	85	14	1	100
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acheter des produits ou des services à une entreprise qui fait du mécénat plutôt qu'à une entreprise qui n'en fait pas .....</li> </ul>	83	16	1	100

## La participation à l'action de mécénat de son entreprise

Question: Si votre employeur vous proposait de participer à son action de mécénat ... ?

<b>Base :</b> Question posée uniquement aux actifs, soit 51% de l'échantillon	<b>Ensemble</b>	Cadres	Ouvriers
	(%)	(%)	(%)
• Vous seriez d'accord pour y participer, sous réserve que ce soit un projet qui vous intéresse .....	<b>79</b>	88	79
• Vous ne souhaitez pas participer à ce genre d'action de votre entreprise, même si vous trouvez le projet intéressant ..	<b>16</b>	5	19
• Vous y participez déjà .....	<b>5</b>	5	2
- Ne se prononcent pas .....	-	2	-
<b>TOTAL</b> .....	<b>100</b>	100	100

## Le jugement sur les aides fiscales accordées aux entreprises pour leur mécénat

Question: 60% du montant du don fait par l'entreprise est déductible dans la mesure où l'entreprise réalise des bénéfices. Trouvez-vous que ces aides fiscales accordées aux entreprises pour leur mécénat soient ... ?

	Ensemble (%)
<b>TOTAL élevées</b> .....	<b>79</b>
• Trop élevées .....	22
• Assez élevées .....	57
<b>TOTAL pas élevées</b> .....	<b>20</b>
• Pas assez élevées .....	16
• Pas du tout suffisantes .....	4
- Ne se prononcent pas .....	1
<b>TOTAL</b> .....	<b>100</b>

## Le jugement à l'égard de la valorisation du mécénat par des campagnes de communication

Question: Pensez-vous que les entreprises qui font du mécénat doivent faire des campagnes de communication pour le valoriser ?

	<b>Ensemble</b>	Cadres	Ouvriers
	(%)	(%)	(%)
• Oui, car c'est normal de parler de ses actions .....	<b>71</b>	64	78
• Non, car le mécénat doit être désintéressé, on n'a pas à communiquer dessus .....	<b>28</b>	36	21
- Ne se prononcent pas .....	<b>1</b>	-	1
<b>TOTAL</b> .....	<b>100</b>	100	100