



L'Alsace, terre de mécénat

Après le Nord-Pas-de-Calais, la Bretagne, Rhône-Alpes, et le département de la Haute-Garonne, Admical poursuit en Alsace ses études sur le mécénat en région. Jean-Marie Lang, correspondant Admical pour la région Alsace, a coordonné l'enquête* réalisée avec le club CIMESS (Carrefour Inter mécénat en économie sociale et solidaire), initiateur d'un mécénat croisé innovant.

La notion d'intérêt général, l'implication à titre personnel et le don de son temps au sein d'associations font partie de la culture alsacienne. Près de 21 % des entreprises alsaciennes soutiennent des actions relevant de l'intérêt général dans le cadre d'une politique de mécénat. Cette pratique n'est pas le résultat d'un simple « coup de cœur » mais s'inscrit au contraire dans le long terme : 73 % des entreprises interrogées déclarent mener cette politique depuis plus de 3 ans et 93 % ont l'intention de poursuivre leur action ! Ainsi en est-il par exemple des fondations comme la fondation Kronembourg (créée en 1996), ou du groupe Electricité de Strasbourg avec son orchestre constitué de membres du personnel, qui rayonne depuis longtemps dans la région et au-delà ! La présence historique en Alsace d'un tissu associatif très dense contribue sans doute à une meilleure sensibilisation des acteurs économiques régionaux, et institue une proximité et une familiarité dans les relations associations/entreprises : 70 % du soutien des entreprises

est en effet attribué aux associations. Il existe une certaine disparité entre l'Alsace du sud (CCI de Mulhouse), qui affiche 26,2 % d'entreprises mécènes,

bonne connaissance des mécanismes du mécénat, et 47 % des entreprises interrogées utilisent les deux techniques.

Formes de mécénat pratiquées

68,7%
MÉCÉNAT FINANCIER

42,2%
MÉCÉNAT EN NATURE

14,5%
MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

et le nord qui n'en compte que 17,8 % (CCI de Strasbourg). Des chiffres difficiles à expliquer : importance des entreprises de 100 salariés et plus, ou des filiales de grandes entreprises, en Alsace sud ? Multiplication de micro-budgets ?

Mécénat, parrainage, les entreprises alsaciennes font parfaitement la distinction : 56 % d'entre elles expriment une

La solidarité en tête mais la recherche en panne

La solidarité arrive en tête des domaines d'intervention choisis par les entreprises (50,6 %), ce qui situe l'Alsace dans la tendance nationale. Ainsi, l'un des interviewés précise : « Pour une entreprise vendant des motos, il semblait important, en se lançant dans des actions de mécénat, de mettre en relation leur travail et les risques que peuvent comporter la conduite. L'entreprise a donc décidé de mettre en place un programme de prévention des dangers de la route en relation avec des associations de la région travaillant sur le sujet ». Le sport, en tant que support de la solidarité (37,3 %), se place en deuxième position devant la culture (26,5 %). Les petites et moyennes entreprises sont très souvent impliquées dans la vie des clubs sportifs basés près de leur site.

* **Méthodologie** : Echantillon constitué à l'aide des bases de données fournies par les trois Chambres du Commerce et de l'Industrie de la région Alsace (Strasbourg, Colmar et Mulhouse) structuré selon la méthode des quotas. Les entreprises ont été réparties selon trois grands secteurs d'activités (codes APE : Commerce, Industrie, Services) et quatre tranches distinctes : de 20 à 49 salariés, de 50 à 99 salariés, de 100 à 199 salariés et 200 salariés et plus.
Réalisation : Etude administrée par STRASBOURG JUNIOR CONSEIL, la Junior Entreprise du groupe IECS - Ecole de Management de Strasbourg



Près d'une entreprise sur cinq participe à un club. Ci-contre, la chorale des salariés de Sogex, mécène des Dominicains de Haute-Alsace

Dans le secteur du commerce, Coop Alsace soutient de nombreuses actions (mixant mécénat et parrainage) dans ses zones de chalandise afin de créer une plus grande proximité avec ses clients. L'Alsace dispose de lieux de patrimoine prestigieux et accueille de nombreuses manifestations culturelles, mais sans grande implication des entreprises. En revanche, 18 % des entreprises déclarent

participer à un club d'entreprises. Cinq clubs se sont constitués, tous dans le domaine de la culture, très souvent autour de grands lieux culturels : le Cercle d'entreprises mécènes du musée Unterlinden de Colmar ; le Club des entreprises partenaires des Dominicains de Haute-Alsace ; le Club des partenaires de la Filature, Scène nationale de Mulhouse ; le club des partenaires de l'Atelier du Rhin - Théâtre de la Manufacture de Colmar, et le Club d'entreprises du CRAC Alsace (Centre rhénan d'art contemporain). Ces clubs rassemblent PME régionales, filiales de grandes entreprises implantées dans la région, et entreprises internationales.

(68,7 % des entreprises). Le mécénat de compétences reste encore une pratique peu répandue en Alsace mais devrait se développer et suivre la tendance nationale.

Faire du mécénat c'est déjà communiquer

28 % des entreprises interrogées pratiquant le mécénat consacrent entre 1000 € et 2000 € à leurs actions. Seules 15 % investissent plus de 20 000 €. Ces chiffres peuvent sembler relativement faibles, mais ils s'expliquent par la nature du tissu économique local, constitué très largement de PME (70 % des mécènes emploient moins de 200 salariés).

Pourquoi faire du mécénat ? Pour communiquer à l'externe pour près de 40 % des entreprises ! Pour impliquer le personnel (23,4 %), aussi ; mais le mécénat reste avant tout une décision du directeur général (37,2 %). La rencontre, le partage d'une passion, la sensibilité à une cause, la construction d'un projet commun restent toujours les actes déclencheurs du mécénat. Premier secteur économique à pratiquer le mécénat : le secteur du commerce, suivi des services.

Les actions des promoteurs du mécénat (Admical, Mission mécénat, associations, presse, etc.) ont porté leurs fruits : la loi de 2003, ses avantages concernant la déduction d'impôts pour les entreprises, ses obligations et ses développements sont bien connus et compris dans leur application. 69,5 % des entreprises connaissent le dispositif fiscal, et 83 % en bénéficient ●

Nicole Jimenez
et Jean-Marie Lang



La priorité est donnée aux opérations locales

Le mécénat croisé, tendance très marquée depuis quelques années, est illustré par La cave vinicole Jean Geiler. Soutenant l'association l'Art au-delà du Regard, elle accueille dans sa cave des manifestations et des expositions d'artistes dont les bénéfices financent la mise en place de parcours tactiles dans les musées, l'achat d'imprimantes braille, etc.

Les entreprises de la région soutiennent encore assez timidement des actions dans le domaine de l'environnement (8,4 %) (protection des oiseaux, pédagogie, etc.)

Les actions de mécénat se déroulent en forte majorité sur le terrain local (62,7 %) et régional (31,3 %) : 94 % des actions concernent exclusivement la région ! Le mécénat financier reste la manière la plus répandue de soutenir des actions