

# La Haute-Garonne : Terre de mécènes

*Fidèle à sa mission d'information et d'observatoire du mécénat, Admical a initié une enquête quantitative et qualitative sur le mécénat d'entreprise en Haute-Garonne. Celle-ci a été réalisée par sept étudiants de l'Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse, inscrits dans l'option de 3e année « Management des entreprises culturelles »<sup>1</sup>*

**L**e Sud Ouest est-il une terre d'avenir pour le mécénat ? En effet 90% des entreprises interrogées\* savent ce qu'est le mécénat et 16 % des entreprises du département le pratiquent.

Ce chiffre, qui se situe dans la moyenne nationale, montre que le mécénat d'entreprise est déjà bien implanté en Haute-Garonne et témoigne d'une pratique vieille de nombreuses années. Son développement devrait suivre la tendance générale suscitée par la loi d'août 2003.

Fait marquant, ce sont les PME comprises entre 100 et 199 salariés qui sont les plus actives puisque 30% d'entre elles s'engagent dans des actions de mécénat. Les entreprises du BTP/Energies et Industrie semblent les plus dynamiques avec une part de 44% sur l'ensemble des secteurs. La forte implication du BTP est une caractéristique que l'on retrouve au plan national, notamment par la création de plusieurs fondations appartenant à ce secteur.

## La solidarité avant tout

Pourquoi les entreprises de Haute-Garonne, en grande majorité des PME, pratiquent-elles le mécénat ? Au-delà des « usages » bien connus du mécénat d'entreprise (le mécénat comme démarche rationnelle et stratégique de « communication corporate ») cette enquête confirme la dimension humaine comme facteur déterminant aux yeux des dirigeants. Ainsi la solidarité est-elle le premier domaine choisi par les entreprises (43 %). Suivie par le « sport solidaire » (38%).

En effet dans le Sud-ouest, où le sport fait partie de la culture régionale, les entreprises apportent leur aide aux clubs de sport de la localité où elles sont implantées sans aucune contrepartie.

La culture n'est pas pour autant négligée puisqu'elle est soutenue par 36 % des entreprises. Pour nombre de diri-

geants, la rencontre avec un artiste ou un porteur de projet est un moteur essentiel dans leur engagement : soutenir une création et/ou une action fait sens pour eux et, de plus en plus souvent, pour leurs collaborateurs. « Il faut que le projet me tienne à cœur, que je comprenne la logique des gens qui me demandent, dit le patron d'une PME du bâtiment qui emploie 50 salariés. C'est plus par rapport à l'homme que par rapport à l'action que ça peut aider ».

Certains dirigeants attachent une importance particulière aux liens qui se tissent, au fil du temps, avec la ou les personnes qu'ils ont soutenue(s). Ils considèrent qu'un acte de mécénat ne saurait se comprendre sans qu'il y ait de leur part un suivi du projet de A à Z.

Le domaine de l'environnement concerne à peine 10% des entreprises mais cette pratique devrait s'intensifier comme le confirme la tendance au plan national et la sensibilité des entreprises aux problématiques de développement durable.

## Du mécénat financier au mécénat de compétences

Financer directement un projet est aujourd'hui le premier choix des entreprises (71%). Le mécénat en nature arrive en seconde position (36%). Le mécénat de compétences est encore peu utilisé en Haute-Garonne (14%), mais sans nul doute l'implication des salariés sous de multiples modes de compétences (apport technique, parrainage, congés solidaires, bénévolat etc.) devrait se développer rapidement. Pour ces entreprises le mécénat est un outil de motivation des salariés qui facilite la cohésion et la valorisation interne et permet d'impliquer les collaborateurs.

<sup>1</sup>Les résultats de cette enquête ont été présentés lors d'une soirée événement au Théâtre Garonne à Toulouse, en présence de Jacques Rigaud et du Président de la CCIT, C.Terrazzoni.

Le premier objectif fixé au mécénat d'entreprise reste la communication (43%), qui permet de mettre en avant l'identité et les valeurs de l'entreprise. Vient ensuite l'item aide au développement de réseaux et la valorisation régionale (26%). Et enfin c'est, pour 19% des personnes interrogées, un outil de motivation.

### Un fort potentiel de développement

Quels sont aujourd'hui les freins au développement du mécénat en Haute Garonne ? L'enquête quantitative a apporté une première série de réponses.

Sans surprise, le manque de ressources et la petite taille de l'entreprise (respectivement cités par 17% et 8 % des répondants), mais aussi une certaine perception de « l'inintérêt » ou de « l'inefficacité » du mécénat (citées par 17,5 % des répondants).

Il faut aussi souligner le faible niveau d'information des entreprises non mécènes sur les dispositions fiscales spécifiques au mécénat : seules 30 % se sont déclarées informées des réductions d'impôts potentielles.

Bien que très actifs en Haute-Garonne, certains chefs d'entreprises préfèrent maîtriser et conduire personnellement leur action de mécénat. Ils considèrent les clubs de mécènes plutôt comme une adhésion à un club professionnel que comme un acte de mécénat proprement dit.

L'enquête qualitative a permis de repérer quelques blocages et frilosités. Il apparaît ainsi que le mécénat peut être perçu par certains chefs d'entreprises comme *une boîte de Pandore* ! « Peut-être avons-nous peur que toutes les associations nous appellent » remarque le dirigeant d'une petite entreprise de services de 50 salariés.

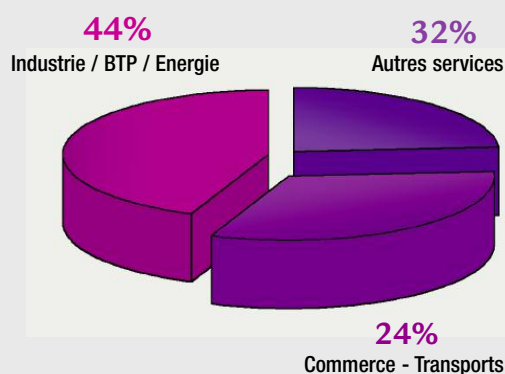
Dès lors, il apparaît indispensable d'afficher clairement et précisément, en particulier sur les sites Internet des entreprises leurs dispositions et leur politique à l'égard du mécénat

Cette enquête permet de faire un premier point sur le mécénat en Haute-Garonne. Elle révèle tout à la fois une pratique déjà bien implantée, tout particulièrement au sein des PME, mais qui suscite encore de nombreuses interrogations ●

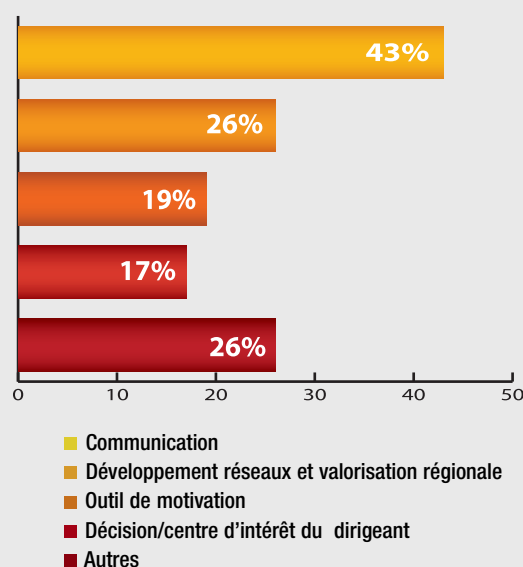
**Isabelle ASSASSI**

Professeur au Groupe ESC Toulouse  
Correspondante ADMICAL Midi-Pyrénées

### Répartition des entreprises mécènes par secteurs d'activités



### Les motivations et objectifs des entreprises mécènes



### Méthodologie de l'enquête

L'enquête a été menée auprès de 263 entreprises de plus de 20 salariés, représentatives de Haute-Garonne. L'échantillon a été constitué de manière aléatoire à partir du fichier complet des entreprises du département. Les enquêtes ont été administrées par téléphone au cours du mois de novembre 2006 auprès des dirigeants, directeurs de la communication ou cadres dirigeants en charge de ces questions. De plus une enquête qualitative a été menée sur la base de 18 entretiens semi-directifs auprès de dirigeants d'entreprise (chefs d'entreprises et cadres dirigeants) aux profils très variés (taille et secteur de l'entreprise, mécènes et non mécènes etc.).