



MÉCÉNAT  
EN BRETAGNE

# RESTITUTION DE L'ENQUÊTE D'ÉVALUATION DU MÉCÉNAT EN BRETAGNE

SEPTEMBRE 2017

MEMBRES FONDATEURS :



PARTENAIRES :



# RAPPEL HISTORIQUE DU PÔLE MÉCÉNAT BRETAGNE

**2006** : signature d'une convention entre l'État et les CCI du Finistère (Brest, Quimper, Morlaix)

**2008** : signature d'une convention Etat-CCI de Rennes

**2009** : enquête auprès de 600 entreprises du département d'Ille-et-Vilaine ayant pour objectif d' « identifier les caractéristiques régionales et les besoins des différentes entreprises » et mener une action mécénat au sein du Pôle

**2009** : Création du site bretagne-mecenas.fr

## Le Pôle Mécénat, créé et animé par la CCI de Rennes et la DRAC, regroupe :

- l'Ordre régional des experts-comptables de Bretagne
- la Chambre départementale des notaires d'Ille-et-Vilaine
- la Fondation de France
- le Codespar (comité de développement économique et social de l'agglomération de Rennes)
- S'y associent (en tant que de besoin) les services fiscaux

## Objectifs du site

- Sensibiliser et informer les entreprises, les particuliers et les porteurs de projets de l'intérêt d'une démarche de mécénat
- Apporter toutes les informations utiles concernant la réglementation et donner accès à des documents pratiques
- Valoriser les démarches de mécénat à travers le témoignage de mécènes et de porteurs de projets
- Donner une meilleure visibilité aux initiatives prises sur le territoire régional

## Evènements mis en place

**Janvier 2008** : *Quand les entrepreneurs s'engagent pour la cité* à Pacé en 2008 « soirée business angels et mécènes » en partenariat avec le Crédit Agricole

**Décembre 2009** : Intervention auprès de l'Association Départementale pour le Développement des Arts Vivants (ADDAV) 56 pour permettre aux structures culturelles d'acquérir des connaissances, des outils d'aide à la recherche de financements privés

**Septembre 2011** : Rencontres du mécénat culturel à Fougères

**Septembre 2017** : Rassemblement des partenaires du Pôle à la DRAC Bretagne

## Objectifs du pôle

- Concevoir et mettre en œuvre des actions concertées de sensibilisation auprès des entreprises, des particuliers et des porteurs de projets dans les domaines culturels, du développement durable, de la solidarité
- Diffuser une information la plus large possible sur le mécénat

# PORTRAIT STATISTIQUE DU SITE BRETAGNE-MECENAT.FR



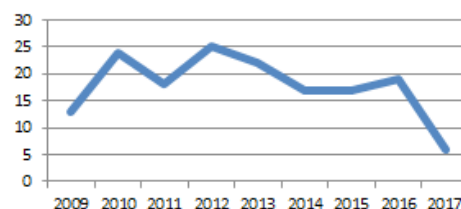
## Objectifs

- Observer la fréquentation du site sur la période 2009-2017
- Observer les domaines d'intervention des projets
- Repérer les porteurs de projets

## Fréquentation du site :

- Chaque projet est visité en moyenne 1449 fois
- Nombre total de projets déposés sur le site depuis 2009 : 198
- En moyenne entre 2009 et 2016, 19 projets ont été déposés sur le site par an
- Baisse générale du nombre de projets proposés depuis 2013
- Nombre de visiteurs uniques entre août 2016 et 2017 : 2581
- Nombre total de visiteurs uniques depuis juin 2013 : 13 841

Nombre de projets proposés par année



# PORTRAIT STATISTIQUE DU SITE BRETAGNE-MECENAT.FR



## Objectifs :

- Réaliser un bilan du site par les usagers ayant déposé un projet
- Développer une réflexion sur l'avenir de ce site

## Méthode de travail :

Envoi par mail d'un questionnaire directif de 22 questions à 169 structures (**taux de réponse 23%**)

## 1 – Présentation des usagers

**84%** des structures répondantes ont un statut associatif

**77%** : part des structures dont les activités principales relèvent du domaine culturel

**41%** des projets mis en ligne concernent uniquement le domaine culturel

**21%** des projets mis en ligne associent la culture à un autre domaine d'action.

**1,2** projets déposés en moyenne par structure

**92%** des structures ont un site internet

# PORTRAIT STATISTIQUE DU SITE BRETAGNE-MECENAT.FR

## 2- Les usagers du site et le mécénat

**65%** des structures espèrent financer **1 à 10%** de leur budget prévisionnel grâce au mécénat

### Budget prévisionnel

18% des projets : 5 000-15 000€<sup>1</sup>  
36% des projets : 15 000-50 000€  
20% des projets : 50 000-100 000€

(<sup>1</sup>: fourchette)

**100%**

des structures recherchent du mécénat financier et certaines recherchaient en complément du mécénat en nature (**40%**) ou du mécénat de compétence (**31%**)

### Recherche de mécènes

Les deux méthodes privilégiées par les structures pour chercher du mécénat sont la sollicitation du réseau personnel (**82%**) et la prospection ciblée (**68%**). Viennent ensuite la participation à des rencontres de chefs d'entreprises (**31%**) et les réponses à des appels à projets de fondation d'entreprise (**29%**)

### Contreparties

Visibilité sur les supports de communication, apposition de logo ou avantages en nature sont les plus fréquemment proposées

**50%**

des structures n'ont pas d'employé dédié à la recherche de mécénat. **45%** des structures ont une personne dédiée à temps partiel.

### Connaissances juridiques et fiscales

**90%** des structures connaissent la différence entre mécénat et sponsoring **mais ne délivrent pas de reçus fiscaux à 36%**

## 3- Les usagers et le site

**95%** des structures n'ont pas été contactées par des entreprises après la publication de leur projet sur le site

**93%** des usagers du site ont cherché du mécénat par un autre biais

**90%** des usagers sont peu ou pas du tout satisfaits de leur campagne sur le site

**Objectifs non atteints et manque de visibilité** sont les deux critères principaux d'insatisfaction

**74%** des usagers sont peu satisfaits du site

**Visibilité pour le projet et contact avec les entreprises** sont les deux principales attentes des usagers du site, ainsi qu'un interlocuteur spécialiste du mécénat

**58%** des usagers pensent que le site contient les informations dont ils ont besoin sur le mécénat

**60%** des usagers pensent que le site est facile d'utilisation

Pour une majorité de porteurs de projets, le site ne permet pas aux entreprises de s'intéresser à leur projet. L'attente des structures culturelles : un contact avec un interlocuteur afin de les guider dans leur recherche de mécénat.

# PORTRAIT STATISTIQUE DU SITE BRETAGNE-MECENAT.FR

## Conclusion de l'étude du site internet :

- Le site ne permet pas aux structures de promouvoir leur projet auprès des entreprises. La plateforme n'est pas identifiée par les entreprises.
- Le nombre de projets proposés sur le site est en baisse ainsi que la fréquentation globale.
- Les associations culturelles peu structurées ont compris l'importance du mécénat mais elles manquent d'outils, de méthodes et de connaissances dans le domaine.
- Les projets mis en ligne sont à forte dominante culturelle. Les autres domaines sont peu significatifs.
- Le nombre de structures faisant du mécénat sans délivrer de reçus fiscaux, alerte sur le manque d'informations juridiques.
- Le site doit servir à rentrer en contact avec des entreprises mais le mécénat étant une rencontre, avant tout humaine, entre un porteur de projet et une entreprise, il ne se suffit pas à lui-même.
- Les usagers sont globalement satisfaits des informations relatives aux dispositions juridiques et fiscales du mécénat que l'on retrouve sur le site.

## LE MÉCÉNAT CULTUREL EN BRETAGNE : PORTRAIT DES PORTEURS DE PROJET



### Objectifs :

- Réaliser un bilan du mécénat culturel en Bretagne
- Connaître l'avancement de la démarche de mécénat au sein des structures culturelles bretonnes
- Connaître l'implication des entreprises bretonnes dans le mécénat des structures culturelles

### Méthode de travail :

Envoi par mail d'un questionnaire directif de 23 questions à 396 structures (**taux de réponse 45%**) et 12 entretiens qualitatifs (téléphonique et présentiel) semi-directifs

## 1- Typologie des structures culturelles

### Activités principales

Les répondants sont principalement des organisateurs de festivals, des organisateurs de spectacles, des organisateurs de concerts ou bien des lieux d'exposition. Forte représentativité du spectacle vivant dans cette enquête.

### Domaines artistiques

Les musiques actuelles et jazz, le théâtre, la danse contemporaine et les autres domaines du spectacle vivant sont les principaux domaines artistiques des structures répondantes.

*(Cette sur-représentation est à lier avec le fort taux de réponse de structures du spectacle vivant)*

**59%** des répondants relèvent du statut associatif

.....  
**34%** des répondants sont des collectivités territoriales et EPCI

# LE MÉCÉNAT CULTUREL EN BRETAGNE : PORTRAIT DES PORTEURS DE PROJET

## 2- Les structures culturelles et le mécénat

**42%** des structures répondantes sont engagées dans une démarche de mécénat. **31%** pensent le faire dans le futur

**1 à 5%**

part du budget total couverte par le mécénat pour **60%** des structures

**50%** des associations répondantes sont engagées dans une démarche de mécénat

**25%** des EPCI/collectivités territoriales répondants sont engagés dans une démarche de mécénat

**66%** des structures ont également mis en place des partenariats (sponsoring, accords commerciaux) ne relevant pas du mécénat

**11%** des structures ont un club d'entreprises et **9%** un fonds de dotation qui permet la gestion administrative du mécénat

**96%** des structures recherchent du mécénat financier, **32%** du mécénat en nature et **21%** du mécénat de compétence

**6%** des structures ont un employé à temps complet dédié au mécénat.

### Contreparties

Visibilité sur les supports de communication, apposition de logo ou avantages en nature sont les plus fréquemment proposées

### Finistère et Ille-et-Vilaine

**65%** des structures déjà engagées dans une démarche de mécénat sont implantées dans l'un de ces départements

## 3- Les types d'entreprises mécènes

**1 à 5**

nombre d'entreprises mécènes en moyenne pour **58%** des structures culturelles. Pour **21%** des structures, ce sont en moyenne **5 à 10** entreprises qui les soutiennent

### Caisses régionales ou départementales et PME locales

**70%** des structures culturelles bénéficient d'un mécénat d'entreprise issue du secteur bancaire et **64%** du mécénat d'une ou plusieurs PME locales

### Commerces de proximité et entreprises locales

**47%** des structures bénéficient du soutien de commerces de proximité et **50%** du mécénat d'entreprises locales

### Fondation d'entreprise

**37%** des structures culturelles bénéficient du soutien de fondations d'entreprises (*majoritairement à rayonnement national*)

### Implantation géographique des entreprises mécènes

**63%** : Ville  
**65%** : Département  
**57%** : Communauté de Communes  
**46%** : Région

### Recherche de mécènes

Les deux méthodes privilégiées par les structures pour chercher du mécénat sont la sollicitation du réseau personnel (**71%**) et la prospection ciblée (**74%**). Viennent ensuite les réponses à des appels à projets de fondation d'entreprise (**32%**) et la participation à des rencontres de chefs d'entreprises (**24%**).

# TPOLOGIE DES STRUCTURES INTERVIEWÉES

## Spectacle vivant



- 📍 1 SCÈNE NATIONALE
- 📍 1 PÔLE NATIONAL DES ARTS DE LA RUE
- 📍 1 OPÉRA
- 📍 1 SCÈNE DE TERRITOIRE
- 📍 2 SCÈNES DE MUSIQUES ACTUELLES
- 📍 1 ORCHESTRE RÉGIONAL
- 📍 1 FESTIVAL DE DANSES ET MUSIQUES TRADITIONNELLES SOUTENU PAR L'ETAT ET LES COLLECTIVITÉS
- 📍 1 FESTIVAL DE MUSIQUES ACTUELLES SOUTENU PAR LES COLLECTIVITÉS

## Audiovisuel



- 📍 1 PÔLE DE FORMATION ET D'ACCOMPAGNEMENT CINÉMATOGRAPHIQUE

## Musée et patrimoine



- 📍 2 MUSÉES LABEL «MUSÉE DE FRANCE»



## EN CONCLUSION

- Les structures du spectacle vivant développent fortement le mécénat, surtout les festivals
- Les structures implantées dans les départements 29 et 35 sont les plus développées dans la démarche de mécénat
- La recherche de mécénat est chronophage pour les structures culturelles
- Les collectivités territoriales rentrent dans une démarche de mécénat mais manquent d'outils de sensibilisation structurants
- Les clubs d'entreprises et fonds de dotation contribuent au sentiment d'appartenance des entreprises mécènes au soutien d'une structure culturelle sur le long terme.
- L'origine géographique des entreprises mécènes demeure locale et de proximité
- Les caisses régionales et départementales, les PME et les commerces sont les trois catégories d'entreprises les plus engagées dans le mécénat
- Les fonds de dotation se développent particulièrement dans les établissements culturels en régie directe

## CONCLUSION GÉNÉRALE

### Le site mécénat-bretagne.fr

- Le Pôle mécénat Bretagne a pu jouer dès sa création un rôle d'information et de sensibilisation au mécénat
- On constate que sans relai, les entreprises de la Région ne disposent pas suffisamment d'information leur permettant de s'engager dans une telle démarche
- S'agissant du site bretagne-mecenas.fr, il remplit sa mission d'informations réglementaires relatives au mécénat mais il ne représente pas un levier pour les porteurs de projet principalement issus du domaine culturel

### Le mécénat culturel en Bretagne

- Le mécénat culturel connaît une forte croissance dans le domaine du spectacle vivant et notamment dans les structures associatives
- Les collectivités territoriales s'orientent progressivement vers le mécénat culturel, *c'est le mécénat territorial*
- Cependant des barrières subsistent tant du côté des porteurs de projets que du côté des entreprises faute d'information, de sensibilisation et de rencontres
- La proximité géographique entre les structures culturelles et les entreprises est un déclencheur essentiel de l'acte de mécénat

## PROPOSITIONS POUR LA MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE COLLECTIVE DE MÉCÉNAT

- ✧ Elargissement du Pôle par l'ouverture à de nouveaux membres et implication de nouveaux relais
- ✧ Définition de son rôle futur autour des thématiques suivantes :
  - Travail global sur le mécénat
  - Meilleure sensibilisation des entreprises
  - Mise en place d'un groupe de travail réunissant les porteurs de projets engagés dans le mécénat autour d'un référent mécénat
  - Organisation d'évènements de sensibilisation des entreprises au mécénat
  - Formation au mécénat pour les porteurs de projets culturels
- ✧ Meilleure collaboration entre les services de l'Etat sur la question du mécénat