



PRÉFET
DE LA RÉGION
D'ÎLE-DE-FRANCE

Liberté
Égalité
Fraternité



Le mécénat d'entreprises dans le champ environnemental



Analyse des pratiques, des risques et opportunités

Février 2022

Rédaction

Julia Lorillot - DRIEAT IF/SCDD/DDD

Marc Dufau - DRIEAT IF/SCDD/DDD

Relecteurs

Alice Métayer-Mathieu - DRIEAT IF/SCDD/DDD

Anastasia Wolff - DRIEAT IF/SCDD

Maquettage, mise en page

Sandrine PHEMIUS - DRIEAT IF/SCDD/MVA

Sommaire

Introduction	5
I. Définitions, contextualisation et enjeux	5
1. Définitions	5
1.1 Différentes formes de mécénat	6
1.2 Mécénat et autres formes de partenariats	6
2. Contexte historique : l'émergence du mécénat et de la responsabilité sociétale en France	7
3. Cadre juridique et fiscal encadrant la notion d'intérêt général	8
II. Opportunités et risques pour les entreprises mécènes et bénéficiaires.....	9
1. Opportunités et risques pour les entreprises	9
2. Opportunités et risques pour les associations	10
III. Analyse critique	11
1. Cas de confusion entre intérêt général et particulier : causes et conséquences	11
2. Le mécénat du point de vue des politiques publiques	13
Conclusion.....	14
Annexe : Méthodologie de l'étude	15

Introduction

Le mécénat est une démarche menée par de nombreuses entreprises françaises¹, leur permettant de verser un don à un bénéficiaire. Il est en constante croissance² et cible en priorité les thématiques culturelles, sociales et celles liées à l'éducation. Le mécénat environnemental, est comparativement moins investi, représentant 7 % du budget investi par les mécènes³. Dans un contexte de besoins de financement importants de la transition écologique et de mobilisation de la société civile pour concrétiser cette transition, se pose la question du rôle effectif et potentiel du mécénat. L'étude réalisée se propose :

- d'identifier les opportunités et les risques, pour les entreprises mécènes et les bénéficiaires, associés aux pratiques de mécénat environnemental ;
- d'établir une analyse critique des pratiques de mécénat d'entreprises et du positionnement des associations, en particulier dans le champ environnemental,

L'étude se fonde sur une revue bibliographique approfondie ainsi que sur une trentaine d'entretiens réalisés auprès d'experts, de structures mécènes (en particulier des fondations d'entreprises), d'entités bénéficiaires (en majorité des associations) ainsi qu'auprès de structures intermédiaires et de facilitation.

Note méthodologique - Périmètre de l'étude :

- Les entreprises mécènes interrogées sont situées sur **l'ensemble du territoire français métropolitain** ; elles n'ont pas été ciblées en fonction de leur secteur d'activité ou de leur taille. Toutefois, les grandes entreprises possédant leur propre fondation figurent majoritairement parmi celles auditionnées⁴.
- Les bénéficiaires interrogés sont exclusivement **des associations franciliennes** d'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD) ou de protection de l'environnement.

Plus de détails sur la méthodologie des entretiens en annexe.

I. Définitions, contextualisation et enjeux

1. Définitions

Le mécénat

Le mécénat est défini dans le Code général des impôts⁵ comme :

« Le soutien matériel et financier apporté **sans contrepartie directe** ou indirecte de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne morale pour l'exercice d'activités **présentant un intérêt général**. »

Dans le cadre du mécénat d'entreprise, l'entreprise procède, en propre ou via une structure *ad hoc* (fondation, fonds de dotation, etc.), à un don en numéraire, en compétence ou en nature, vers un organisme d'intérêt général pour la conduite de ses activités, **sans attendre en retour de contrepartie équivalente**. Le mécénat est historiquement fondé sur la philanthropie (modèle anglo-saxon) et fortement marqué par la notion d'intérêt général.

1 En 2018, le mécénat a été investi par plus de 96 000 entreprises, représentant 2 milliards de don déclarés.

2 Depuis 2010, le nombre d'entreprises mécènes a été multiplié par 3,5.

3 ADMICAL. (2020). « Le mécénat d'entreprise en France : baromètre 2020 ». ADMICAL est une association créée en 1979 fédérant un réseau de plus de 190 adhérents. L'objectif principal d'ADMICAL est de développer le mécénat d'entreprise. Elle a également développé un plaidoyer afin de défendre le système fiscal du mécénat d'entreprise.

4 Les grandes entreprises mécènes se sont avérées être plus facilement identifiables et joignables que les PME/ETI.

5 Article 238 bis du C.G.I. <https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/6476-PGP.html/identifiant%3DBOI-BIC-RICI-20-30-10-20-20190807#IV. Contrepartie des versements>

1.1 Différentes formes de mécénat



→ **Mécénat en numéraire** : soutien financier versé au bénéficiaire. Ce type de mécénat est le plus couramment pratiqué par les entreprises : il représente 78 % du montant global du mécénat d'entreprise¹.



→ **Mécénat en nature** : transfert, à titre gratuit, de biens de l'entreprise vers l'organisme bénéficiaire, qu'il s'agisse d'un don de stocks ou d'immobilisations. Le mécénat en nature peut également prendre la forme d'une mise à disposition de moyens à travers le prêt d'un bien immobilier (exemple : prêt des locaux de l'entreprise), de matériel (exemple : camions frigorifiques) ou de moyens humains (cas du mécénat de compétences).



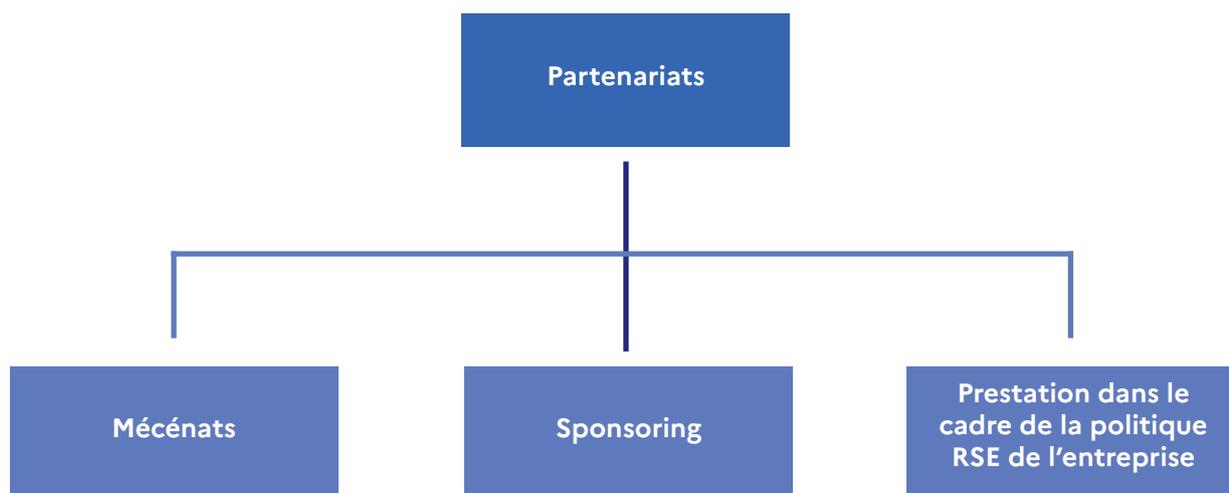
→ **Mécénat de compétences** : forme particulière de mécénat en nature, il repose sur « le transfert gratuit de compétences de l'entreprise vers la structure soutenue, par le biais de salariés volontaires intervenant pendant leur temps de travail »².

N.B. Les opérations de mécénat peuvent combiner plusieurs formes de mécénat.

Le mécénat d'entreprise dans le champ environnemental

Le mécénat d'entreprise dans le champ environnemental peut investir des champs thématiques variés tels que la sauvegarde de la biodiversité, la recherche environnementale, la transition vers des modèles économiques vertueux (dont l'économie circulaire), l'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD), le débat public et la participation citoyenne, etc.

1.2 Mécénat et autres formes de partenariats



Différentes formes de partenariats

¹ ADMICAL. (2018). « Le mécénat d'entreprise en France, résultats complets de l'enquête ».

² Idem.

Le Mécénat est à distinguer d'autres formes de partenariat.

Le **parrainage (ou « sponsoring »)** implique un type de partenariat distinct du mécénat : alors que ce dernier est un soutien sans contrepartie à une œuvre d'intérêt général, le parrainage est « *une opération destinée à promouvoir l'image du parrain et s'inscrit dans une démarche commerciale* ¹ ». Ainsi, le parrainage peut s'apparenter à une prestation de communication. L'article 238 bis du Code général des impôts (C.G.I.) précise que « *dans le cadre d'une opération de parrainage, le versement de l'entreprise correspond à la rémunération de la prestation rendue par l'organisme* ».

Il est également nécessaire de distinguer le mécénat des nombreuses formes de **prestations** auxquelles les entreprises peuvent avoir recours. Certaines prestations peuvent avoir pour objectif de contribuer à la politique de responsabilité sociétale des entreprises (RSE)² : formation/sensibilisation des collaborateurs à l'environnement, mise en place de mesures en faveur de la biodiversité sur le site de l'entreprise, compensation carbone, etc. En conséquence, la principale distinction entre le mécénat et la prestation tient en conséquence dans la « nature et le montant des contreparties en faveur de l'entreprise³ ». Dans certains cas pratiques, il peut être délicat d'établir cette distinction : dans le cadre du mécénat, il existe une contrepartie directe tolérée par l'administration fiscale à hauteur de 25 % du montant global du don⁴.

Nota Bene :

- Les associations d'intérêt général peuvent bénéficier de plusieurs modes de collaboration avec une seule et même entreprise : l'association peut recevoir un don dans le cadre du mécénat tout en étant rémunérée par ailleurs pour la réalisation de prestations effectuées par l'entreprise ;
- Le développement d'activités lucratives menées au sein des associations (en principe non soumises aux impôts commerciaux) a eu pour effet une augmentation du nombre d'associations fiscalisées ;
- Les associations peuvent voir une partie de leurs activités fiscalisées lorsqu'elles viennent, en particulier, concurrencer des structures à but lucratif dans le champ concurrentiel⁵.

2. Contexte historique : l'émergence du mécénat et de la responsabilité sociétale en France

Le mécénat et la responsabilité sociétale des entreprises s'institutionnalisent à partir des années 80. Quatre périodes successives peuvent être distinguées :

Années 80	<ul style="list-style-type: none"> – Début du mécénat culturel : le mécénat « moderne » se développe – Loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat : arrivée de la régie indirecte (notamment des fondations d'entreprise) et premières incitations fiscales – Montée émergente des préoccupations environnementales
Années 90 à 2000	Le mécénat environnemental prend, au sein des grandes entreprises, un essor croissant et constitue un des leviers pour répondre aux enjeux environnementaux
À partir des années 2000	<ul style="list-style-type: none"> – La RSE s'inscrit, désormais avec le mécénat environnemental, comme un des leviers majeurs pour répondre aux défis environnementaux. (1) – Loi du 1^{er} Août 2003 : le mécénat devient un des cadres juridiques et fiscaux le plus incitatif au monde (2) 
À partir des années 2010	<ul style="list-style-type: none"> – La RSE doit être appréhendée avec une perspective d'impact (3) – Loi du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite loi PACTE (4)

Figure 1 : L'évolution du mécénat et de la RSE

1 Article 238 bis du C.G.I.

2 Le ministère de la transition écologique définit la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) comme un concept « dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire ».

3 Article 238 bis du C.G.I.

4 Plus d'informations dans la partie : 4) Cadre juridique et fiscal encadrant la notion d'intérêt général.

5 Une association peut effectuer des activités lucratives sans devenir fiscalisée si ses activités non lucratives restent significativement prépondérantes et que le montant de ses recettes lucratives sur une année ne dépasse pas la franchise de 62 250 euros.

(1) À partir des années 2000, la notion de responsabilité sociétale tend timidement à se développer et à se préciser, tout en gardant une prédominance philanthropique. Toutefois, la loi des nouvelles régulations économiques (NRE, 2001) fixe un premier cadre réglementaire en obligeant les entreprises cotées en bourse à communiquer « *sur la manière dont la société prend en compte les conséquences sociales et environnementales de son activité* », sans toutefois préjuger de sa finalité en termes d'intérêt général. Cette période est propice à la fois à une prise en compte de l'environnement dans les stratégies de développement des entreprises et à la mise en avant, par les entreprises concernées, de leurs pratiques de mécénat environnemental.

(2) La réduction d'impôt est égale à 60 % de la somme versée par le mécène dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires HT.

(3) Selon la Commission Européenne, la RSE est définie comme étant « *la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société* ». De plus, la norme ISO 26 000 présente en 2010 des lignes directrices relatives à la responsabilité des **impacts** des décisions et des activités d'organismes, en particulier des entreprises.

(4) La loi PACTE promulguée en 2019 rend obligatoire pour toutes les entreprises la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dans la gestion de leurs activités (art. 1833 du Code civil). Relativement peu contraignante, l'originalité de la loi réside néanmoins dans deux dispositions :

- les entreprises sont incitées à se doter d'une « raison d'être¹ »
- elle crée un nouveau statut pour les entreprises disposant d'une raison d'être : les sociétés à mission, nouvelles formes d'entreprise qui peuvent se donner statutairement des objectifs sociaux et environnementaux, venant en addition à leur objectif de rentabilité et d'activité lucrative.

Ces deux dispositions non contraignantes en termes réglementaires, renvoient à des démarches volontaires.

3. Cadre juridique et fiscal encadrant la notion d'intérêt général

Afin d'être éligible au régime fiscal du mécénat, le bénéficiaire doit respecter les critères cumulatifs suivants :

- Exercer son activité dans au moins un des domaines d'intérêt général² ;
- Avoir un caractère non lucratif ;
- Ne pas fonctionner au profit d'un cercle restreint de personnes.

Le principe du mécénat repose sur l'absence de contrepartie. Il existe toutefois une tolérance de l'administration fiscale qui admet des contreparties possibles à hauteur de 25 % du montant total du don.

1 Les entreprises ne se limitent pas à la recherche du profit. L'entreprise doit être le lieu de création et de partage de sa valeur. Le Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises (PACTE) permet de redéfinir la raison d'être des entreprises et de renforcer la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux liés à leur activité. (source : ministère de l'économie, des finances et de la relance, <https://www.economie.gouv.fr/loi-pacte-redefinir-raison-etre-entreprises>)

2 Exemples : la culture, le sport, l'éducation, le social, l'environnement, etc.

II. Opportunités et risques pour les entreprises mécènes et bénéficiaires

1. Opportunités et risques pour les entreprises

Tableau 1 : Opportunités liées au mécénat pour les mécènes et les bénéficiaires

Opportunités pour les entreprises	Descriptions
Avantage fiscal fort	→ 60 % de défiscalisation
Preuve supplémentaire de l'engagement	→ Prolongement de la politique RSE → Outil identitaire → Marque sociétale
Communication interne (notamment à travers le mécénat de compétence)	→ Apport de sens pour les collaborateurs → Cohésion interne → Sensibilisation des collaborateurs permettant de faciliter la structuration de la politique RSE ou de la société à mission (1)
Ancrage local	→ Renforcement des liens avec les parties prenantes
Pour les entreprises disposant d'une fondation, rayonnement du réseau associatif	→ Partage du réseau associatif avec l'entreprise (2) → Amélioration de l'expertise de l'entreprise (3)

Tableau 2 : Risques liés au mécénat pour les mécènes et les bénéficiaires

Risques pour les entreprises	Descriptions
Risque de Greenwashing ¹	→ Communication autour des actions du mécénat environnemental sans prise en compte préalable des externalités environnementales négatives ² de l'activité de l'entreprise
Risque de requalification du mécénat par l'Administration fiscale	→ Confusion entre sponsoring et mécénat → Confusion entre mécénat et prestations au titre de la politique RSE

(1) Cas du mécénat de compétence, qui constitue pour certaines entreprises un levier pour changer leur stratégie. Certaines entreprises, notamment celles ayant historiquement une culture « sociale » centrée sur la solidarité et le bien-être des collaborateurs, activent ce type de mécénat. Ce dernier permet de sensibiliser davantage les collaborateurs internes au domaine de l'environnement. Cette « culture » nouvelle favorise l'acceptabilité, par les collaborateurs, d'éventuelles nouvelles orientations impulsées par la direction.

(2) Cas des associations bénéficiant à la fois de mécénat tout en réalisant des prestations pour le compte d'entreprises.

(3) Cas de figure où le contact établi avec une ou plusieurs associations, vient accroître les compétences et le niveau d'expertise de l'entreprise. Cet acquis pour l'entreprise est vecteur d'innovation et peut favoriser la création de nouveaux produits ou services. Exemple d'une entreprise spécialisée dans la distribution d'articles de loisirs en plein air : la collaboration entre sa fondation et une association pourra, in fine, inspirer l'entreprise dans ses choix de diversification (extension de gammes, création de nouveaux outils pédagogiques, etc.).

L'ensemble de ces opportunités constitue souvent des avantages pour les entreprises concernées, leur permettant d'alimenter leur stratégie de développement.

1 Le « greenwashing » (ou éco-blanchiment) est une méthode de marketing consistant à communiquer auprès du public en utilisant l'argument écologique. Le but du greenwashing étant de se donner une image éco-responsable, souvent assez éloignée de la réalité.

2 L'externalité caractérise le fait qu'un agent économique crée, par son activité, un effet externe en procurant à autrui, sans contrepartie monétaire, une utilité ou un avantage de façon gratuite, ou au contraire une nuisance, un dommage sans compensation. Une externalité environnementale négative apparaît dès que la production ou la consommation d'un bien, d'une ressource ou d'un service nuit à une tierce partie ou à l'environnement.

2. Opportunités et risques pour les associations

Tableau 3 : Opportunités liées au mécénat pour les associations

Opportunités pour les bénéficiaires	Descriptions
Financement	→ Apport financier → Diversification des sources de financement
Visibilité/perception	→ Rayonnement accru grâce au mécénat financier (1) → Visibilité renforcée grâce au mécénat de compétence (2)
Expertise et savoir-faire	→ Expertise développée grâce au mécénat de compétence

Tableau 4 : Risques liés au mécénat pour les associations

Risques pour les bénéficiaires/non bénéficiaires	Descriptions
Risque réputationnel (par exemple lorsque des déficits de gestion des impacts environnementaux sont constatés chez l'entreprise mécène)	→ Image des bénéficiaires détériorée (3) → Manque de crédibilité auprès de la société civile
Réduction de l'indépendance vis-à-vis des structures mécènes	→ Liberté d'expression/regard critique amoindris → une association de protection de l'environnement témoin de manquements chez l'entreprise mécène peut hésiter à engager des actions en justice
Risque de mise à distance des associations de petite taille	→ Choix préférentiel des entreprises vers des associations à forte notoriété (majoritairement de grande taille)

(1) Cas de mécénat financier s'inscrivant dans la durée, permettant à l'association de développer ses projets et activités, et d'accroître sa notoriété. La communication et la valorisation des projets par les entreprises bénéficient également aux récipiendaires.

(2) Cas de mécénat de compétence favorisant la mise à la connaissance des projets portés par les associations vers les collaborateurs d'entreprises. Ces derniers peuvent s'impliquer ensuite comme bénévoles dans les associations. Certaines fondations soulignent qu'environ 1/3 des collaborateurs gardent contact avec les associations à la suite d'un projet soutenu dans le cadre du mécénat. Le plus fréquemment, ils s'y investissent ensuite hors de leur temps de travail.

Il existe par ailleurs des « appels à projets des collaborateurs », leurs permettant de faire remonter les besoins des associations dans lesquelles ils s'impliquent en bénévolat. Ce type de dispositifs accroît la visibilité des associations auprès de l'entreprise et de sa fondation, via ces collaborateurs.

(3) Certaines associations formalisent par exemple des politiques d'exclusion sectorielle, ne souhaitant pas être associées à des activités ayant des impacts environnementaux forts.

III. Analyse critique

1. Cas de confusion entre intérêt général et particulier : causes et conséquences

Les entretiens menés avec les différents acteurs ont révélé un lien complexe entre mécénat et stratégie d'entreprise de type RSE/société à mission. La frontière entre ces approches est relativement ténue : des risques de confusions existent entre ce qui relève de l'intérêt général, en particulier au sens de l'administration fiscale, et ce qui relève de l'intérêt particulier de l'entreprise.

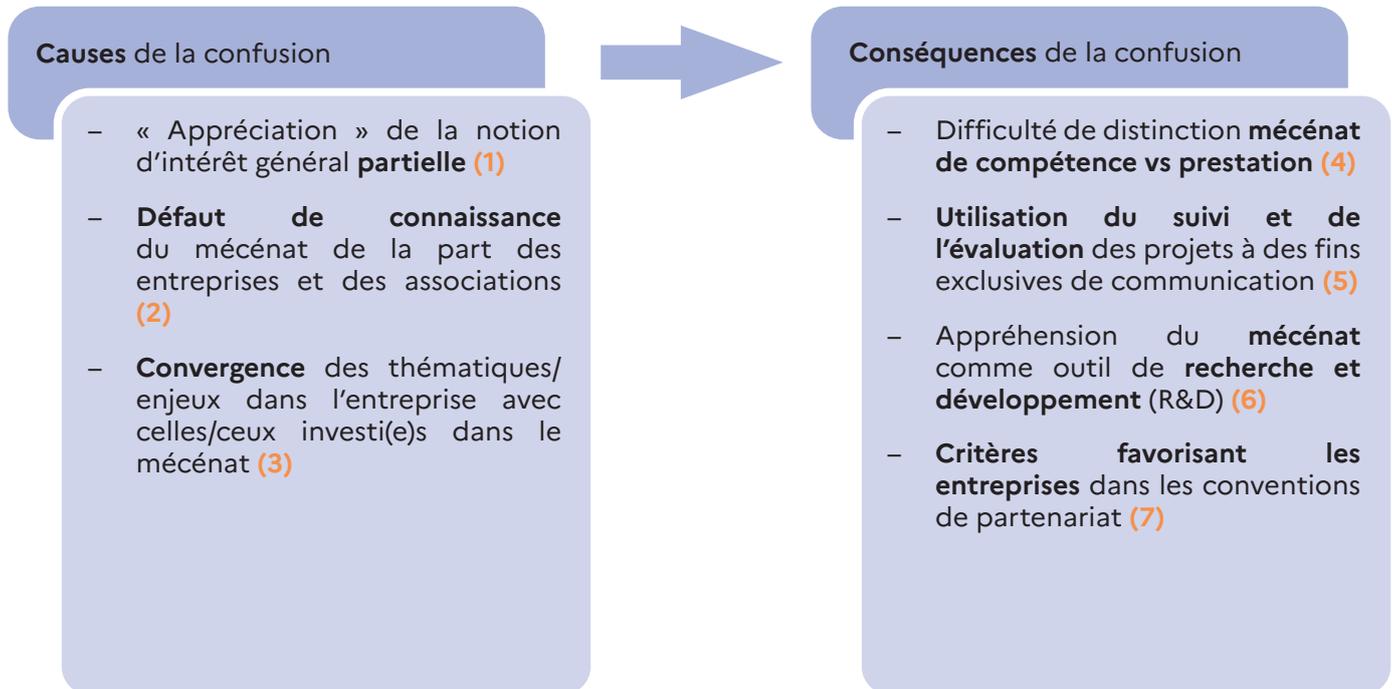


Figure 2 : Causes et conséquences d'une mauvaise appréhension du mécénat

(1) Alors que le cadre fiscal et juridique à destination des bénéficiaires du mécénat s'avère être extrêmement précis, avec des critères établis et explicites, certaines entreprises mécènes les méconnaissent : des lacunes sont parfois constatées, en particulier sur le caractère désintéressé des démarches de mécénat, ainsi que sur le sujet des contreparties indirectes. Du point de vue de l'entreprise et par comparaison avec les autres secteurs investis (sport, culture, etc.), le mécénat environnemental vient parfois questionner son positionnement dans sa réponse aux enjeux environnementaux : le domaine de l'environnement est déjà présent dans ce que doit prendre en compte l'entreprise (stratégie, RSE, obligations réglementaires, etc.). Du point de vue de l'entreprise, celle-ci doit intégrer au mieux le mécénat environnemental dans cet ensemble relativement complexe.

(2) La vision du mécénat n'est pas systématiquement convergente entre les entreprises et les fondations qui s'y adossent. Dans certains cas, des démarches proposées par certaines entreprises à leur propre fondation sont refusées par celles-ci, car n'entrant pas dans le cadre du mécénat. C'est par exemple le cas de certains projets dont la finalité relève davantage de stratégie de compensation (carbone par exemple) plutôt que d'un objectif d'intérêt général.

L'appréhension du cadre et des dispositions précises du mécénat, la bonne compréhension de ses subtilités (nature du projet, critères objectivant la nature du mécénat, types de dépenses à considérer, vérification des objectifs d'intérêt général, etc.) appellent de réelles compétences juridiques. Cependant, que ce soit les associations ou les entreprises, toutes ne disposent pas des moyens nécessaires pour se tourner vers ce type de compétences et notamment les plus petites d'entre elles. Ainsi, des risques de confusion existent :

- pour les associations, ils portent sur une requalification éventuelle de la nature même du mécénat, qui entraîne lui-même un risque financier ;
- pour les entreprises, une mauvaise interprétation voire un dévoiement du mécénat environnemental peut entraîner un risque juridique et réputationnel (soupçon de « greenwashing », volonté délibérée d'utiliser le mécénat à des fins d'utilisation purement commerciale).

(3) Traditionnellement, il existe une frontière nette entre les enjeux de l'entreprise et celle de sa fondation. Une entreprise du secteur BTP peut, par exemple, confier à sa fondation les projets relatifs à l'EEDD, car ne relevant pas de sa stratégie. Une entreprise du secteur des télécommunications laissera le soin à sa fondation de financer, dans le cadre du mécénat, des projets portant sur la protection de la biodiversité marine.

Dans certains cas, la fondation investit les mêmes domaines thématiques que l'entreprise : les enjeux sont comparables et les objectifs quasi identiques. Il existe alors, au mieux, des convergences/synergies entre les deux types d'approches (pourtant à considérer comme distinctes), au pire des chevauchements en termes de positionnement entre l'activité dévolue à la fondation et celle de l'entreprise.

(4) Certaines entreprises connaissent des difficultés pour distinguer ce qui relève du mécénat de compétence d'une part, et de la prestation d'autre part. Des retours d'associations illustrent ces difficultés :

- Exemple d'une entreprise demandant à une association bénéficiaire, dans le cadre d'un mécénat de compétences, d'intégrer sur un temps très court¹, un groupe d'une trentaine de collaborateurs sans tenir compte préalablement des besoins exprimés par l'association. L'objet d'un tel partenariat peut en conséquence procurer un avantage immédiat pour l'entreprise, en lien avec sa politique de ressources humaines (de type « team building »), éloigné d'une mission d'intérêt général. Sur le plan opérationnel, les conséquences de telles pratiques peuvent être lourdes pour l'association bénéficiaire, qui se voit dans l'obligation de devoir former, sur un temps très contraint, les collaborateurs de l'entreprise non forcément préparés à l'activité de l'association ni à ses spécificités.
- Exemple d'une association ayant contribué à l'organisation d'une collecte de déchets à la demande d'une entreprise du secteur agro-alimentaire. Ce type d'opération relève des activités concurrentielles de l'association, et s'inscrit logiquement dans le cadre d'une prestation facturée. Elle fait l'objet d'une demande, par l'entreprise, d'un reçu fiscal dans l'objectif de pouvoir qualifier l'opération de mécénat de compétence.

Ces deux « mauvais » exemples plaident pour une clarification des modalités de collaboration en amont du projet et une compréhension commune du cadre et des enjeux du mécénat de compétences. Dans le cas contraire, l'intérêt est limité, voire risqué, en particulier pour les bénéficiaires.

(5) Le suivi et l'évaluation (mode opératoire, process, indicateurs d'impact) s'avèrent souvent pertinents pour l'ensemble des interlocuteurs afin d'améliorer la bonne structuration des projets partenariaux. Ce volet doit permettre d'aider à la bonne mise en œuvre des projets, tout au long de leur déroulement, et permettre d'en estimer les impacts, en particulier sur les champs environnementaux concernés. Les démarches d'évaluation ne doivent cependant pas se résumer à des outils développés par et pour les donateurs, à des fins de communication et de valorisation dans leur seul intérêt.

Les structures bénéficiaires n'ont de plus bien souvent ni les moyens ni les compétences pour identifier les modes opératoires et développer outils de suivi et d'évaluation – en particulier en termes d'impacts – des projets de mécénat. Dans certains cas, la fondation peut prévoir de rémunérer le bénéficiaire afin qu'il puisse concrètement opérer ce type de suivi et d'évaluation.

(6) Des cas de figure ont été observés où le mécénat était appréhendé comme un outil de recherche et développement. Des fondations investissent, dans le cadre du mécénat, des axes étroitement liés à la politique d'entreprise (convergences, synergies) mais sur un pas de temps différent : il est fréquemment observé que des entreprises se positionnent, via le mécénat, sur des thématiques et des projets qui entreront plus tard dans leur cœur de métier. À titre d'exemple, des projets entrant dans le cadre du mécénat et portant sur la restauration des zones forestières peuvent constituer un vivier dans lequel l'entreprise viendra, dans un second temps, puiser pour répondre à des enjeux stratégiques (offre de services relative à la séquestration carbone). Le mécénat est amené, dans ce cas, à devenir un outil stratégique, au point que certains projets, initiés par la fondation, ont dès le départ une vocation commerciale.

¹ La date et le délai d'exécution de la mission de mécénat, la plupart du temps, fixée par l'entreprise, sont de l'ordre d'un ou deux jours.

L'arrivée de la loi PACTE vient accélérer ce mouvement en proposant un nouveau statut « société à mission » : elle permet en particulier aux entreprises de se saisir en amont des enjeux environnementaux pour structurer leur stratégie. Elles ont alors tout intérêt à faire converger les enjeux et objectifs de la fondation pour alimenter leur stratégie. Une fondation d'entreprise pourra, par exemple, financer une association dans l'optique d'améliorer les pratiques de l'entreprise dans le champ de l'environnement. La nature du partenariat s'en voit progressivement modifiée : tout en conservant des relations avec la fondation d'entreprise dans le cadre d'opérations de mécénat, l'association se positionnera également en tant que prestataire pour d'autres opérations. Ces dernières viendront contribuer à la stratégie de l'entreprise en renforçant leur « raison d'être ».

(7) Les critères figurant dans certaines conventions de mécénat sont parfois davantage établis dans l'intérêt de la fondation d'entreprise plutôt que dans celui des bénéficiaires. Si l'ancrage local constitue une opportunité pour les entreprises et les associations, le critère géographique est parfois plus déterminant pour les entreprises, lorsque les projets accompagnés sont implantés sur des zones d'intérêt stratégique. C'est en particulier le cas lorsque les projets investis par la fondation convergent avec les enjeux RSE de l'entreprise à qui cette dernière est adossée. On citera par exemple le cas d'entreprises dont l'un des axes stratégiques porte sur l'amélioration de la traçabilité de leurs matières premières : ainsi, une entreprise positionnée dans la vente de biens et d'articles en bois favorisera, dans le cadre du mécénat, une implantation des projets financés là où elle s'approvisionne. La motivation première du mécénat peut être questionnée : sécurisation des ressources essentielles pour l'entreprise ou intérêt général.

2. Le mécénat du point de vue des politiques publiques

Le mécénat environnemental fait partie intégrante des leviers de financement de la transition écologique. Dans les années 2010, le Commissariat Général au Développement Durable (CGDD) a impulsé une mission « mécénat d'entreprise pour le développement durable » qui a abouti à la réalisation de guides (juridiques et fiscaux) afin d'inciter et d'aiguiller les entreprises dans leurs pratiques de mécénat environnemental.

Cette impulsion avait également pour objectif de valoriser les projets de mécénat environnemental : les « Trophées du mécénat d'entreprise pour l'environnement et le développement durable » avaient, jusqu'en 2014, l'ambition de donner davantage de visibilité au mécénat environnemental, de rapprocher les entreprises et les porteurs de projet en mobilisant les réseaux d'acteurs. Il s'agissait alors également d'assurer la promotion et la diffusion de savoir-faire et de bonnes pratiques.

Des actions ont ensuite été déclinées au niveau régional, engageant en particulier le réseau des DREAL.

La redynamisation du mécénat d'entreprise dans le champ environnemental doit cependant tenir compte du contexte et de son évolution :

- La croissance du mécénat d'entreprise engendre une hausse des dépenses de l'État. Le coût budgétaire est passé, de façon exponentielle de 90 M EUR en 2004 à 902 M EUR en 2017¹.
- Dans son rapport de 2018², les recommandations de la Cour des comptes portent sur :
 - Une redéfinition, par les pouvoirs publics, du cadre et des modalités du mécénat d'entreprise, au regard de l'évolution récente des pratiques : les dispositifs existants semblent de moins en moins adaptés.
 - Une clarification des règles applicables au mécénat et des articulations avec les autres modes d'action des entreprises pour intégrer les enjeux sociaux et environnementaux (notamment la RSE). La Cour rappelle en particulier que « *l'intérêt général reste la caractéristique majeure de l'engagement des mécènes.* »

En écho à ce dernier point, l'association reconnue d'utilité publique ADMICAL³ juge qu'il est essentiel que les pouvoirs publics et mettent en place **un encadrement plus « précis »** du mécénat, soulignant qu'un « *dialogue entre le secteur public et le secteur privé sur le sujet de l'intérêt général doit absolument prendre corps* ».

1 Cour des comptes (2018). « Le soutien public au mécénat des entreprises, un dispositif à mieux encadré ». Consultable à l'adresse suivante : <https://www.ccomptes.fr/system/files/2018-11/20181128-rapport-soutien-public-mecenas-entreprises.pdf>

2 Idem.

3 Debieesse, F. (2020). En finir avec le mécénat ?. Futuribles, 435, 77-92. Le président d'ADMICAL y souligne également qu'« *il n'est pas admissible qu'à ce jour, en France, la seule définition officielle de l'intérêt général soit fiscale. Si nous voulons pour demain une société moins brutale, moins injuste, moins fracturée, il faut y travailler en réunissant toutes les parties prenantes du bien commun : associations, entreprises, mécènes, philanthropes, institutions autour de la puissance publique dont c'est le rôle de veiller à la cohérence de l'ensemble* ».

Conclusion

Cette étude a permis de resituer le mécénat environnemental face à d'autres formes de partenariat. Diverses sources de confusion sont documentées, ayant souvent pour origine une mauvaise appréhension de la notion d'intérêt général, au cœur de la démarche de mécénat et qui motive une politique de défiscalisation très avantageuse. L'analyse des opportunités et des risques associés aux pratiques de mécénat environnemental, pour les entreprises mécènes comme les bénéficiaires, met en exergue l'importance pour les deux parties de clarifier leurs attentes et leurs garde-fous respectifs. Du point de vue des politiques publiques, le besoin de redéfinir le cadre du mécénat et la notion d'intérêt général est identifié. Cette étude pourra être prolongée par un approfondissement de la complémentarité du mécénat avec les financements publics locaux comme leviers de financement d'actions et de projets locaux en faveur du développement durable.

Annexe : Méthodologie de l'étude

Recherches bibliographiques

La phase de recherches bibliographiques a permis d'identifier diverses ressources documentaires qui ont été progressivement étoffées tout au long de l'étude, notamment grâce aux groupes de travail ORÉE¹ « Société à mission : vers une gouvernance responsable – Focus environnement » et les documents recommandés par les différents interlocuteurs rencontrés. Les documents consultés sont de nature variée : doctrine, études, guides, rapports, synthèses de groupe de travail, notes informatives, documents de presse communiqués par les entreprises mécènes (notamment la déclaration de performance extra financière (DPEF) et le communiqué des régies indirectes), et sites internet.

Les entretiens

L'étude s'est également appuyée sur la conduite d'une trentaine d'entretiens semi-directif sur une durée de 3 mois. Chaque entretien a fait l'objet d'un questionnaire individualisé, servant de fil conducteur, envoyé en amont à chaque interlocuteur. Les échanges de l'ensemble des interlocuteurs ont duré en moyenne 1h45. À la suite de chaque entretien, une retranscription a été réalisée ainsi qu'un compte-rendu allant de quelques pages à une dizaine. Par la suite, un codage a également été effectué afin de retirer les idées principales de chaque entretien. Certains interlocuteurs ont été recontactés dans une seconde phase afin d'apporter quelques précisions.

Les entretiens avec des acteurs institutionnels publics et privés du mécénat d'entreprise

Afin de préciser le cadrage de l'étude, les premiers échanges ont ciblé trois acteurs institutionnels de mécénat d'entreprise. Ces entretiens ont permis une meilleure acculturation sur ce dispositif avec notamment une appréhension du champ lexical référant au mécénat.

Les entretiens avec les experts

Des échanges ont été réalisés avec des experts du mécénat d'entreprise dont 4 chercheurs et deux avocats (avocats du cabinet Légicoop). L'objectif était de pouvoir bénéficier de leurs connaissances, de leurs retours d'expérience mais aussi de leur analyse critique. Ces échanges ont permis de mieux saisir et d'affiner le champ de l'étude, et d'identifier les pratiques des différentes entreprises afin d'ouvrir le champ de nos réflexions.

Les entretiens avec les entreprises mécènes

Plus facilement identifiables et accessibles, ce sont les fondations d'entreprise qui ont été majoritairement auditionnées : au total, 11 fondations d'entreprises et un fond de dotation ont accepté de participer à un échange individuel. Ces entretiens ont permis de déterminer les pratiques réalisées par les grandes entreprises mécènes ainsi que d'analyser leurs stratégies.

La prise de contact avec les petites entreprises s'est avérée plus complexe. Les entreprises ont été choisies de manière aléatoire dans l'annuaire des entreprises mécènes de 1% for the planet. Une PME d'une cinquantaine de salariés ainsi que 3 petites entreprises de moins de 5 salariés ont pu être interrogées.

Les entretiens avec les fondations reconnues d'utilité publique

Deux fondations historiques d'utilité publique ont également été interrogées. Ces deux entretiens avaient pour objectif d'établir une analyse comparative avec les fondations d'entreprises afin de saisir la diversité de pratiques.

Les entretiens avec les associations (bénéficiaires de mécénat ou non)

Six associations de protection de l'environnement ainsi que celles d'éducation à l'environnement et au développement durable, de taille variée et toutes connues du département développement durable de la DRIEAT, ont été interviewées.

Ces entretiens ont permis de disposer d'une vision complémentaire à celle des entreprises. L'objectif était de réussir à percevoir de manière concrète l'impact que pouvait procurer le mécénat environnemental. Leurs retours d'expérience de terrains est également venue illustrer les propos d'experts ou d'entreprises, en venant les confirmer ou de les infirmer.

Les entretiens avec les structures intermédiaires

Pour finir, ont été interrogées 3 structures intermédiaires impliquées dans le montage d'un fond de dotation, impulsé par une collectivité, une structure privée, ainsi qu'une DREAL.

¹ Association loi 1901 dont l'objectif est de fédérer et d'animer un réseau d'acteurs en lien avec les objectifs environnementaux sur trois priorités ;
– Biodiversité et économie ;
– Reporting RSE ;
– Ancrage local et économie circulaire.



**PRÉFET
DE LA RÉGION
D'ÎLE-DE-FRANCE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction régionale et interdépartementale
de l'Environnement, de l'Aménagement et des
Transports d'Île-de-France

21/23 rue Miollis
75732 Paris cedex 15
Tél. 01 40 61 80 80

www.driea.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr
www.driea.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr

Dépôt légal : Février 2022
ISBN : 978-2-11-167246-8