



## Le mécénat d'entreprise, véritable outil de communication

mardi 2 février 2010, par [lpe](#)

**73 % des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés [1] !** Arrivé en France dans les années 80, via les filiales françaises de grands groupes américains, le mécénat d'entreprise est aujourd'hui utilisé par des entités de toutes tailles.

La loi du 1er août 2003 a certainement contribué à son récent développement en permettant de **déduire 60 % du montant du don des impôts**. Toutefois, ce seul argument fiscal n'est pas suffisant. La motivation pour devenir mécène doit s'inscrire dans une **stratégie de communication**, car il s'agit bien d'un outil de com' ! Voici le message principal des intervenants (de qualité !) du Petit Déj' thématique initié par [RéseauCom86](#) aux 40 professionnels de la communication présents mardi 26 janvier dans le somptueux bâtiment de la DRAC.



« A la différence du sponsoring qui s'apparente à de l'achat d'espace, le mécénat est plus proche des relations publiques » indique en préambule **Béatrice Jouan**, directrice de la communication de Sorégies et docteur ès mécénat. Si le mécène peut attendre de cet outil de communication des contre-parties, notamment en associant son entreprise à une image promouvant ses valeurs, **le mécénat sert également l'intérêt général, souvent en œuvrant pour le tissu local.**

### « Un mécénat à l'échelle »

Mécénat financier, en nature ou en compétences, appliqué au domaine de l'humanitaire, de la culture, du sport ou de l'éducation, chaque entreprise, même la plus petite, peut devenir mécène, le tout étant de rester « à l'échelle » précise Béatrice Jouan. **Arnaud Saurois**, Directeur du CROS (comité régional olympique et sportif) peut valider ce constat au quotidien avec les associations qu'il accompagne dans leur recherche de mécènes. Il souligne : « *il est essentiel que l'association soit à l'écoute de l'entreprise qu'elle rencontre afin que le partenariat se fonde sur une réelle réciprocité.* » Un principe mis en application depuis 17 ans par **Patrick Fournier**, créateur et organisateur de [Jazzellerault](#), attentif à mettre en relation chacun de ses mécènes afin de faire vivre un réseau. Son festival s'inscrit dans le cadre d'une médiation culturelle à l'échelle de son territoire mais aussi en direction des salariés des entreprises mécènes. Il explique, « *en contrepartie du don, nous offrons 25 % du montant en places gratuites.*

*Résultat, les employés de nos mécènes sont les premiers à demander à leur direction de reconduire leur partenariat chaque année ». Car **en associant le personnel à la démarche de l'entreprise, le mécénat s'impose également comme un outil de communication interne.***

Pour en savoir plus : [www.admical.org](http://www.admical.org) ; le carrefour du mécénat d'entreprise

*Sophie Guitonneau.*

---

## **Notes**

[1] Enquête Admical-CSA 2008 « Le mécénat d'entreprise en France en 2008 »