

Mécénat de compétences : comment engager les actifs ?

1^{ère} enquête nationale
Septembre 2014



- 👉 Présentation des partenaires
- 👉 Objectifs et méthodologie
- 👉 Qui sont les entreprises qui ont répondu ?
- 👉 Mécénat de compétences : comment engager les actifs ? - Chiffres clés
- 👉 L'entreprise s'engage pour ses partenaires et ses collaborateurs
- 👉 Les missions s'adressent à tous, au service des associations
- 👉 Des dispositifs plus ou moins formalisés, souvent pilotés par la fondation
- 👉 Des missions au format varié mobilisant souvent les compétences professionnelles
- 👉 Des canaux de recrutement multiples, l'échange direct avec le bénéficiaire privilégié
- 👉 L'évaluation des missions reste partielle et perfectible
- 👉 Un avantage fiscal peu utilisé mais une forte valorisation interne
- 👉 Les principaux obstacles sont identifiés et peuvent être dépassés
- 👉 La pratique intéresse aussi ceux qui n'en font pas aujourd'hui
- 👉 Mécénat de compétences : comment engager les actifs ? - Synthèse

Présentation des partenaires

Admical

Admical est une association reconnue d'utilité publique qui développe en France la pratique du mécénat depuis 1979. Elle est présidée par Henri Loyrette. Forte de ses 190 adhérents, elle représente les mécènes auprès des pouvoirs publics, des médias et des instances internationales. Centre d'information et de formation au mécénat, Admical propose aux professionnels de ce domaine un carrefour de rencontre, de réflexion et d'innovation. Admical publie le baromètre du mécénat d'entreprise, le magazine *mécènes*, le *Répertoire du mécénat*...

www.admical.org

Pro Bono Lab

Association spécialiste du mécénat de compétences créée en 2011, Pro Bono Lab mobilise des équipes de volontaires pour conseiller gratuitement les associations. Les « missions probono » permettent aux associations d'utilité sociale d'accéder aux compétences dont elles ont besoin en marketing, communication, stratégie, finance, RH, web, droit, etc.

Grâce à des partenariats innovants avec les entreprises, les fondations, les grandes écoles et les collectivités, Pro Bono Lab a mobilisé 1500 professionnels et étudiants pour réaliser 200 missions d'une journée à six mois auprès de 120 associations.

www.probonolab.org

Objectifs et méthodologie

Objectifs de l'enquête

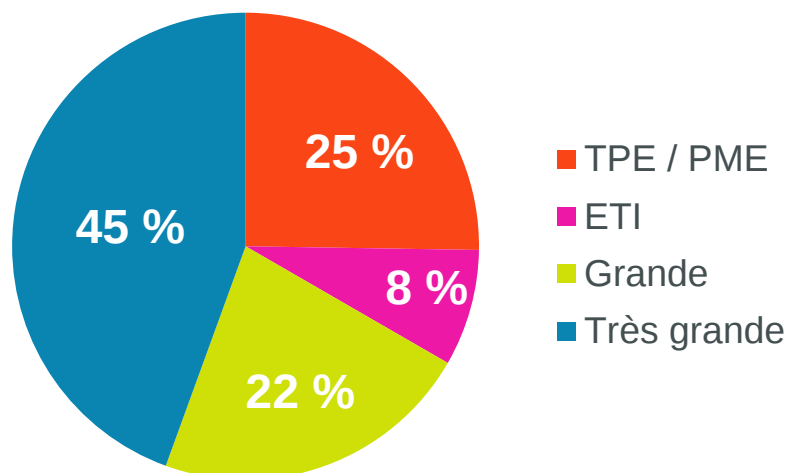
- ✧ Mieux connaître les entreprises, mécènes ou non, engagées ou pas, dans le mécénat de compétences à travers des données chiffrées
- ✧ Accompagner et diffuser les pratiques du mécénat de compétences pour mieux servir l'intérêt général

Méthodologie de l'enquête

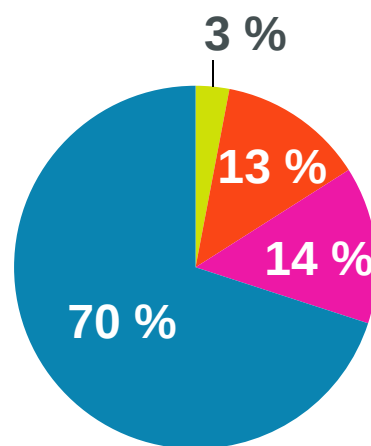
- ✧ 98 répondants, représentants d'entreprises mécènes et non mécènes
- ✧ Contactés, du 20 juin au 31 juillet 2014, par questionnaire électronique diffusé par différents réseaux dont Admical et Pro Bono Lab mais aussi :



Qui sont les entreprises qui ont répondu ?



Base : 98 répondants



Base : 98 répondants

Top 3 des fonctions des répondants

1. Direction générale de l'entreprise
2. Mécénat / fonds / fondations
3. Communication de l'entreprise

2/3 des répondants font du mécénat de compétences

Mécénat de compétences : comment engager les actifs ?

Chiffres clés

Les entreprises qui font du mécénat de compétences

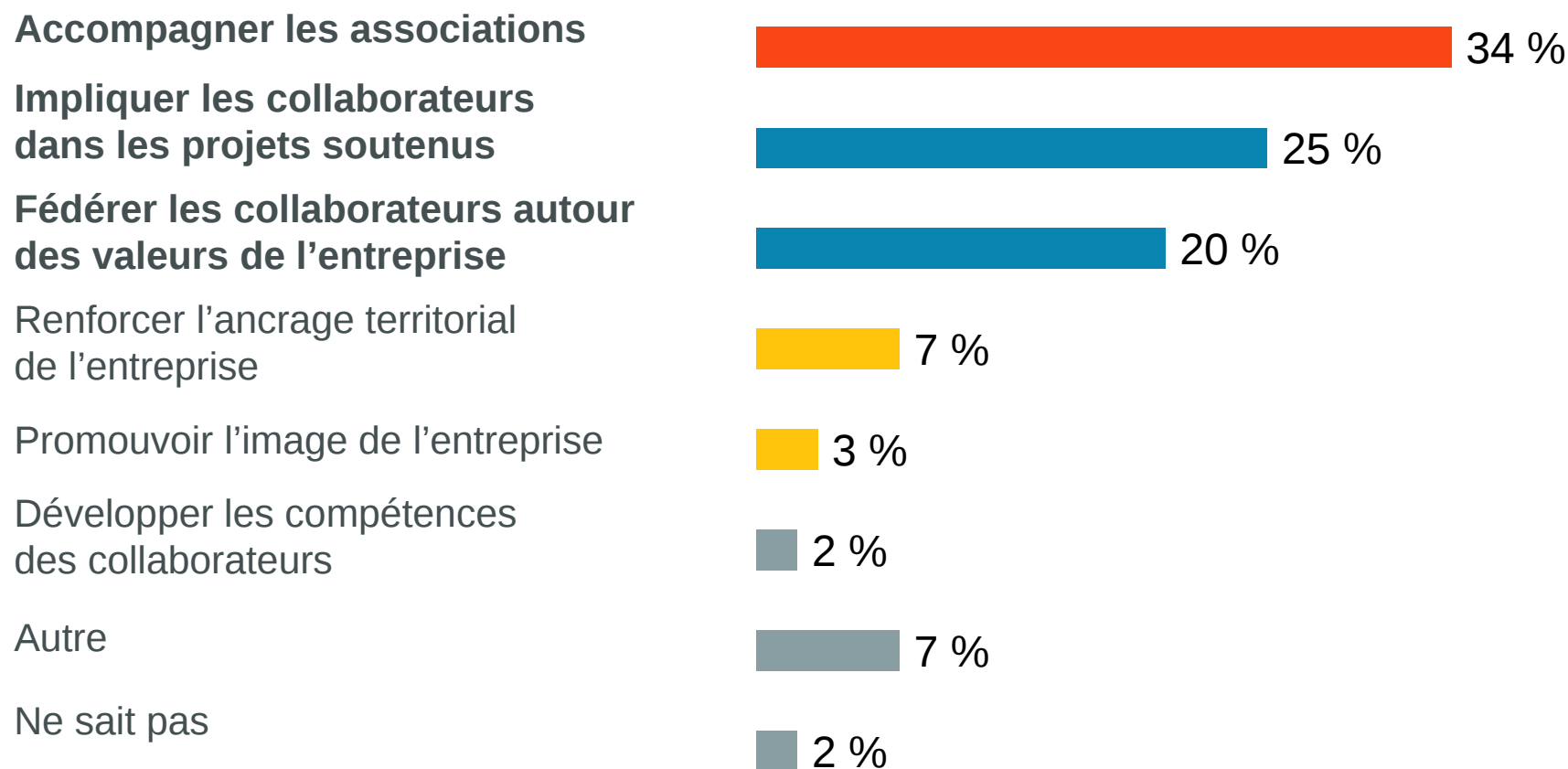
- ✎ Parmi les entreprises répondantes qui font du mécénat de compétences, **la moitié** l'a mis en place **au cours des 3 dernières années**, et **1/4 dans les 12 derniers mois**
- ✎ **45 %** des entreprises répondantes ont lancé un programme de mécénat de compétences pour **impliquer** ou **fédérer** leurs collaborateurs et **34 %** l'ont fait pour **accompagner** leurs partenaires.
- ✎ Près de **9000 collaborateurs** mobilisés par **51 entreprises**
- ✎ **2/3** d'entre elles ont formalisé au moins **1 dispositif**
- ✎ **87 %** des missions sont réalisées au profit d'associations, loin devant les entreprises sociales et les bénéficiaires directs
- ✎ **80 %** des missions sont réalisées en France
- ✎ **59 %** des entreprises proposent uniquement (35 %) ou majoritairement (24 %) des missions qui mobilisent les compétences professionnelles des collaborateurs
- ✎ **48 %** des missions proposées se font en équipe.

Les entreprises qui ne font pas de mécénat de compétences

- ✎ **36 %** pensent que leur entreprise en mettra en place **dans les 3 ans** (50 % ne savent pas)
- ✎ **48 %** des entreprises qui ne pratiquent pas le mécénat de compétences pensent qu'un **accompagnement** pourraient leur être **utile pour se lancer**

L'entreprise s'engage pour ses partenaires et ses collaborateurs

Pour quelle raison principale votre entreprise a-t-elle lancé un programme de mécénat de compétences ?

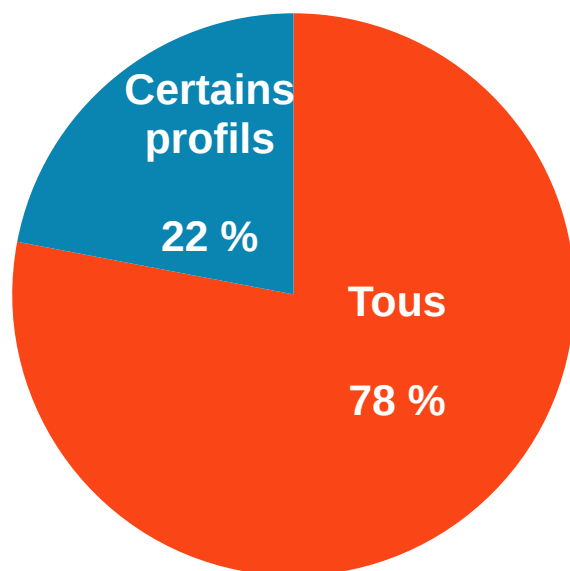


Base : 59 répondants

Les missions s'adressent à tous, au service des associations

A qui s'adresse le mécénat de compétences
au sein de votre entreprise ?

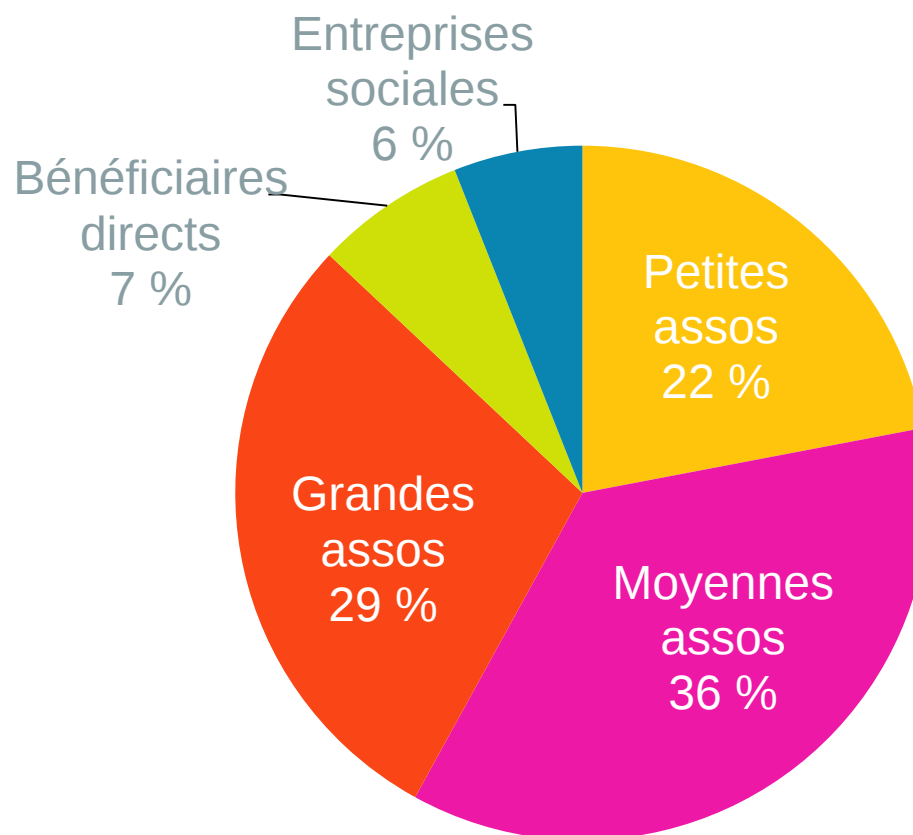
Les collaborateurs ciblés par les programmes



Base : 58 répondants

Qui sont les bénéficiaires de vos missions de mécénat de compétences ?

Bénéficiaires des missions



Base : 48 répondants

Des dispositifs plus ou moins formalisés, souvent pilotés par la fondation

Top 3 des services qui pilotent le mécénat de compétences

- 1- Le fonds ou la fondation créé par l'entreprise
- 2- La direction des ressources humaines
- 3- La direction générale ou la direction de la communication

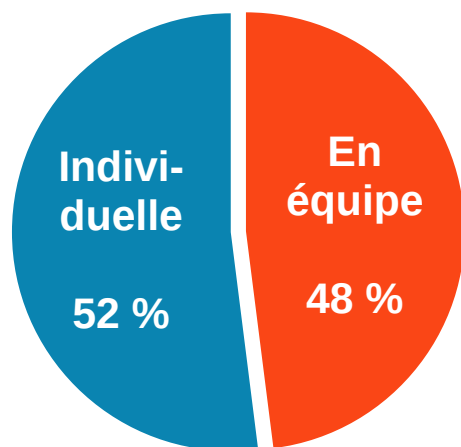
66 % des entreprises répondantes
pratiquant le mécénat de compétences ont
formalisé leur(s) dispositif(s).

1/3 ont formalisé **plusieurs dispositifs**

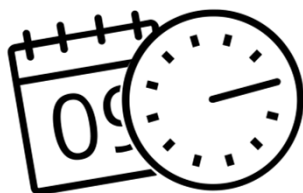
Des missions au format varié mobilisant souvent les compétences professionnelles

Quel type de mission de mécénat de compétences propose votre entreprise ?

Type de mission



Base : 57 répondants)



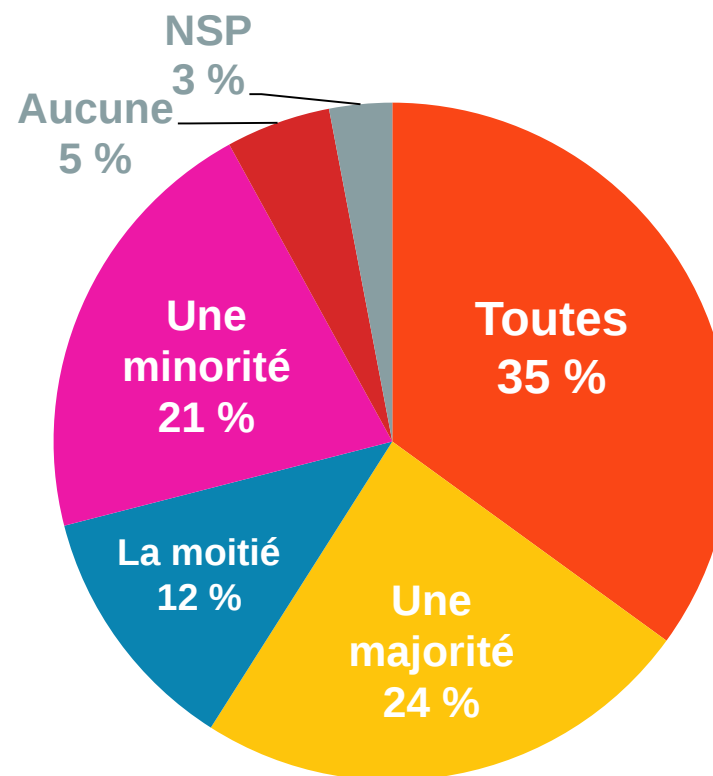
©Time by Milky

40 % des missions durent moins de 2 jours

38 % des missions durent 1 semaine ou plus

Parmi les missions de mécénat de compétences proposées par votre entreprise, lesquelles mobilisent les compétences professionnelles ou les compétences métier des collaborateurs ?

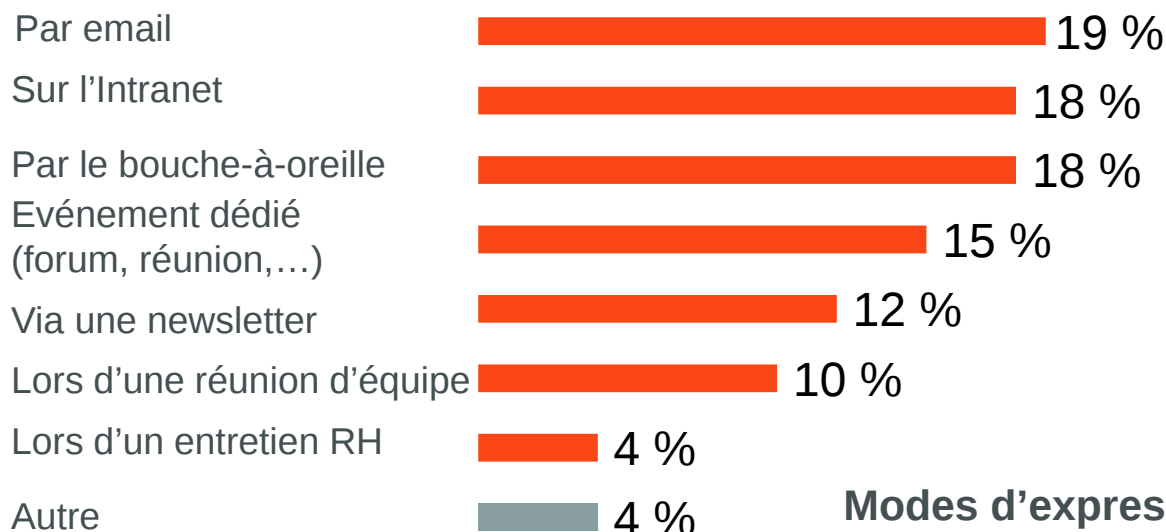
Part des missions qui mobilisent les compétences professionnelles



Base : 58 répondants

Des canaux de recrutement multiples, l'échange direct avec le bénéficiaire privilégié

Les outils de recrutement des collaborateurs



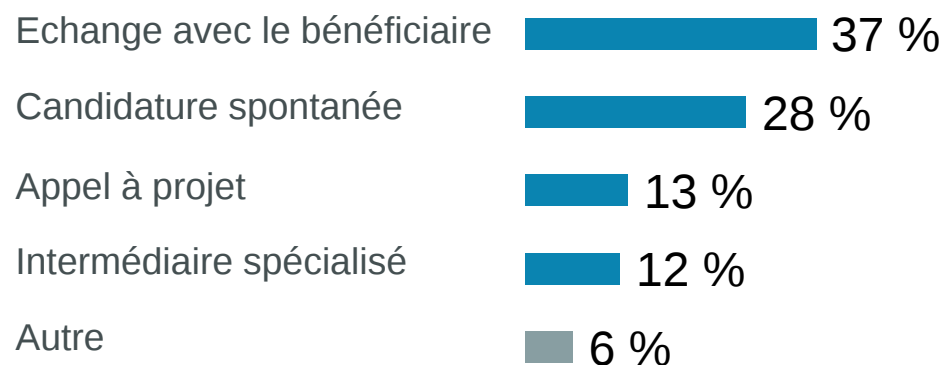
Base : 46 répondants

> En moyenne, **3 canaux utilisés**

Comment les collaborateurs de votre entreprise sont-ils au courant de l'opportunité qu'ils ont de pouvoir s'impliquer dans des missions de mécénat de compétences ?

Comment les structures bénéficiaires peuvent-elles faire connaître à votre entreprise leurs besoins en mécénat de compétences ?

Modes d'expression des besoins du bénéficiaire

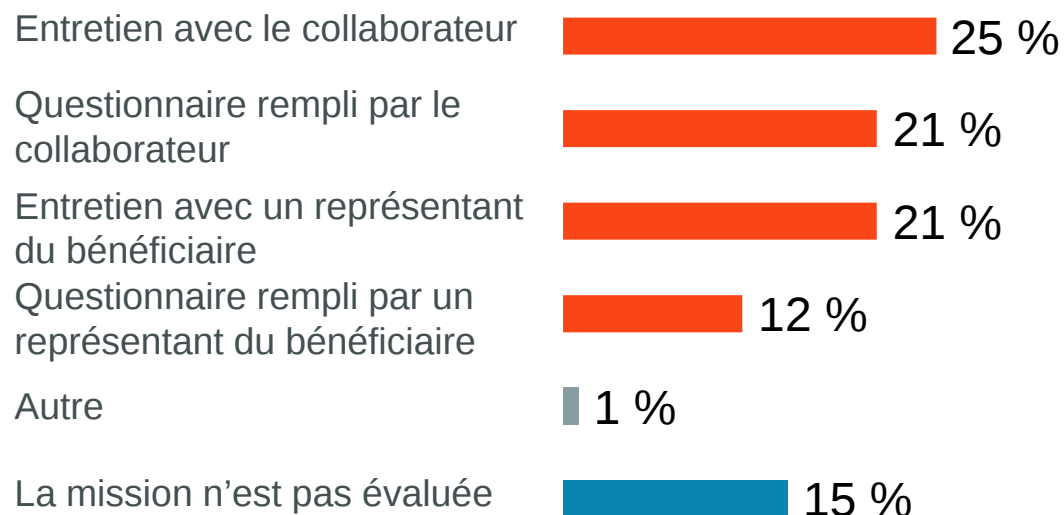


Base : 48 répondants

L'évaluation des missions reste partielle et perfectible

Avec quelle(s) méthode(s) la réalisation de la mission de mécénat de compétences est-elle évaluée ?

Les outils d'évaluation



Plus de la moitié utilisent
1 seule méthode d'évaluation

Base : 44 répondants

Quelles informations sont collectées lors de l'évaluation des missions ?

Les informations collectées



Base :
35 répondants

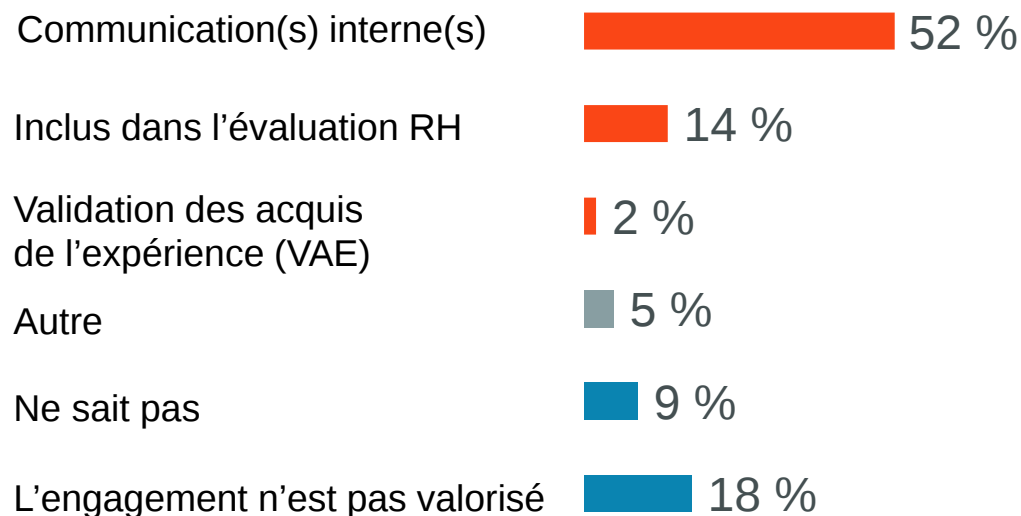
Un avantage fiscal peu utilisé mais une forte valorisation interne

Dispositif fiscal du mécénat

51% ne profitent pas de la réduction d'impôt
pour les montants valorisés du mécénat de compétences.

Comment valorisez-vous l'engagement d'un collaborateur impliqué dans une mission ?

Les méthodes de valorisation de l'engagement des collaborateurs



Base : 50 répondants

Les principaux obstacles sont identifiés et peuvent être dépassés

Celles qui font du mécénat de compétences

Celles qui n'en font pas

- 1- Le manque de temps des collaborateurs
- 2- Pas prioritaire pour l'entreprise

- 3a- Réticence des responsables RH
- 3b- Contraintes administratives
et juridiques
- 4- Manque de soutien d'un dirigeant

> En moyenne, **1,7 obstacle identifié**

- 3- Coût trop élevé pour l'entreprise
- 4- Difficulté pour l'entreprise d'initier
le programme
- 5- Réticence des responsables RH

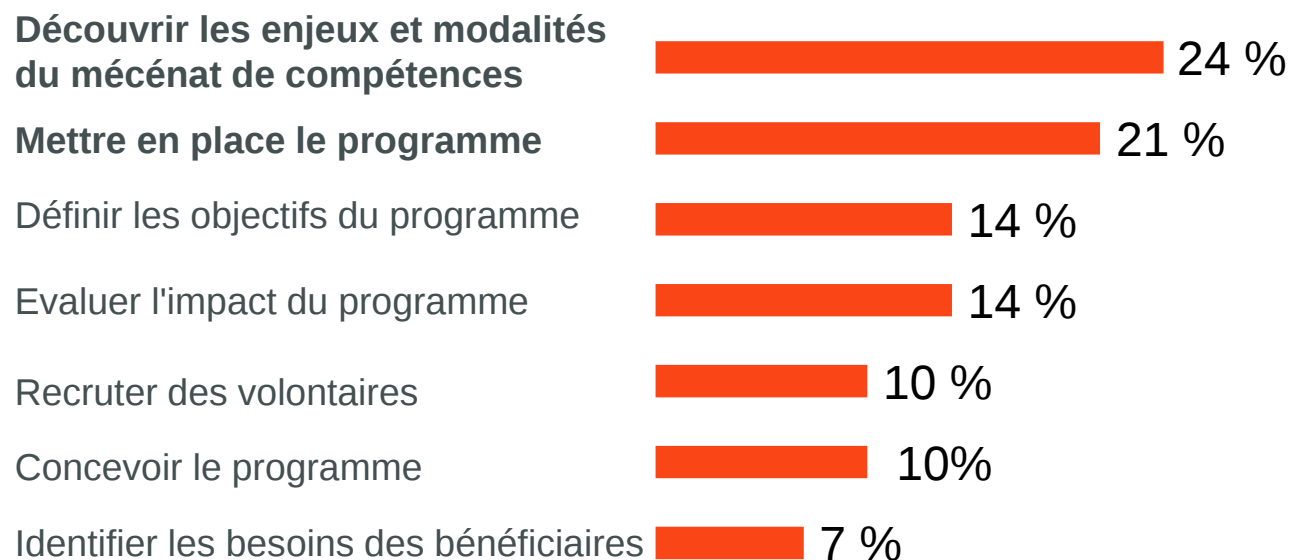
> En moyenne, **2 obstacles identifiés**

La pratique intéresse aussi ceux qui n'en font pas aujourd'hui

1/3 des répondants qui ne font pas de mécénat de compétences pensent que leur entreprise en fera dans les 3 ans.

Si votre entreprise souhaitait être accompagnée, sur quel sujet cela serait-il ?

Les sujets sur lesquels **les entreprises pourraient être aidées ou accompagnées** pour faire du mécénat de compétences



Base : 13 répondants

Mécénat de compétences : comment engager les actifs ?

Synthèse 1/2

Le mécénat de compétences semble **s'inscrire durablement dans les pratiques** des entreprises mécènes qui le mettent en place. Souvent piloté par les **fondations d'entreprise**, il répond à des **enjeux stratégiques** bien identifiés de **mobilisation** des collaborateurs ou d'**accompagnement** des partenaires.

- ❖ Parmi les entreprises répondantes qui font du mécénat de compétences, 2/3 des entreprises ont formalisé 1 ou plusieurs dispositifs
- ❖ 45 % d'entre elles ont lancé un programme de mécénat de compétences pour impliquer ou fédérer leurs collaborateurs et 34 % l'ont fait pour accompagner les associations.
- ❖ 87 % des missions sont réalisées au profit d'associations et 80% des missions sont réalisées en France

On observe une **grande diversité des situations dans la mise en œuvre opérationnelle** du mécénat de compétences malgré une cohérence globale qui émerge d'un point de vue stratégique. Le **travail en équipe** et l'utilisation des **compétences professionnelles** au cours des missions semblent être deux modalités au cœur des préoccupations des entreprises.

- ❖ Le temps d'engagement accordé aux salariés varie tout autant que les moyens de communication utilisés pour recruter : 31 % des entreprises répondantes pratiquant le mécénat de compétences accordent moins de 2 jours de mécénat de compétences par collaborateur et par an, 29 % entre 3 et 6 jours et 38 % plus d'1 semaine
- ❖ 59 % d'entre elles proposent uniquement (35 %) ou majoritairement (24 %) des missions qui mobilisent les compétences professionnelles des collaborateurs
- ❖ 48 % des missions proposées se font en équipe

Mécénat de compétences : comment engager les actifs ?

Synthèse 2/2

Les **principaux obstacles au mécénat de compétences sont connus** et peuvent être surmontés grâce à une meilleure **connaissance des bénéficiaires** du mécénat de compétences et **un accompagnement dans sa mise en œuvre** opérationnelle. Les dispositifs existants sont également **perfectibles**, notamment en matière d'évaluation.

- Les freins les plus fréquemment cités sont le manque de temps des collaborateurs (33 % des entreprises pratiquant le mécénat de compétences, 17 % des autres) et le fait que le programme ne soit pas une priorité pour l'entreprise (15 % quelle que soit l'expérience de l'entreprise). 20 % des entreprises répondantes qui pratiquent déjà le mécénat de compétences ont dû surmonter la réticence des responsables RH (10 %) et les contraintes administratives et juridiques (10 %)
- Plus de la moitié des entreprises répondantes qui ont mis en place du mécénat de compétences ne consultent pas l'association et le collaborateur à l'issue de la mission et 15 % ne mesurent pas du tout leur impact
- 48 % des entreprises répondantes qui ne pratiquent pas le mécénat de compétences pensent qu'un accompagnement pourrait leur être utile pour se lancer (22 % ne savent pas), notamment pour découvrir les enjeux et les modalités du mécénat de compétences (24 %) et mettre en place le programme (21 %)

Le mécénat de compétences a fait l'objet d'un **intérêt récemment croissant** de la part des entreprises mécènes dans les trois dernières années et **se développera probablement dans les années à venir**.

- Près de 9000 collaborateurs mobilisés en 2013 par 51 entreprises
- Parmi celles répondantes qui pratiquent le mécénat de compétences, la moitié l'a mis en place au cours des 3 dernières années, et 1/4 dans les 12 derniers mois
- Parmi les entreprises répondantes qui ne pratiquent pas encore le mécénat de compétences, 36 % pensent que leur entreprise en mettra en place dans les 3 ans (50 % ne savent pas)