

FOCUS SPORT



Financé
par



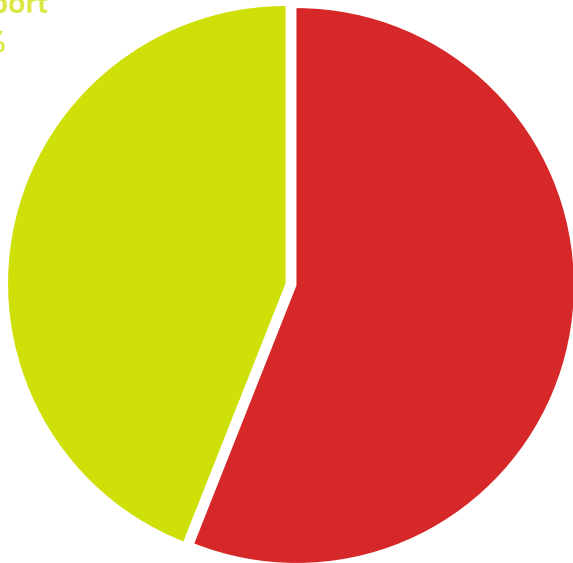
**MINISTÈRE
CHARGÉ DES SPORTS**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

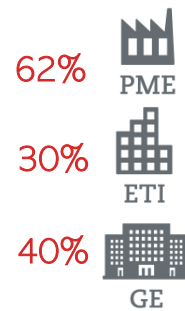
Les plus petites entreprises sont les plus enclines à pratiquer le mécénat sportif

Dans quel(s) domaine(s) votre entreprise a-t-elle fait du mécénat en 2019 ?

Hors Sport
44%



Sport
56%



Ile de France 45%

Province 61%



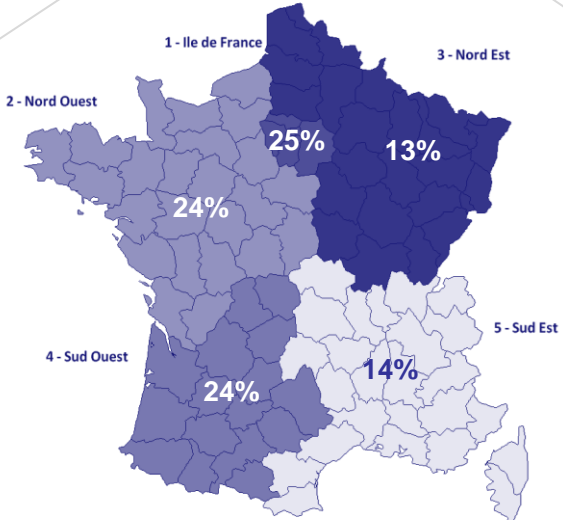
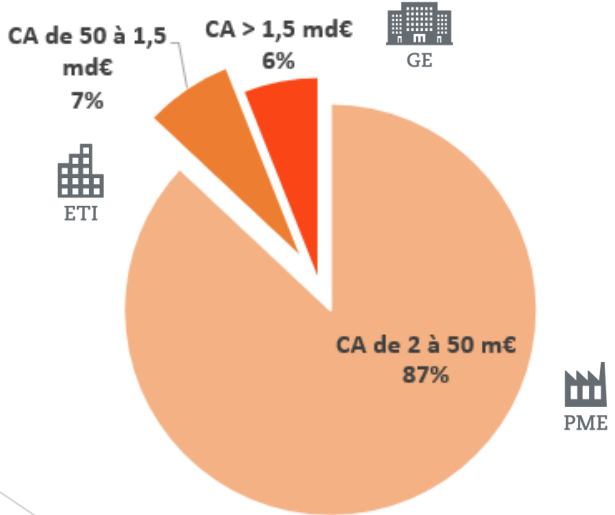
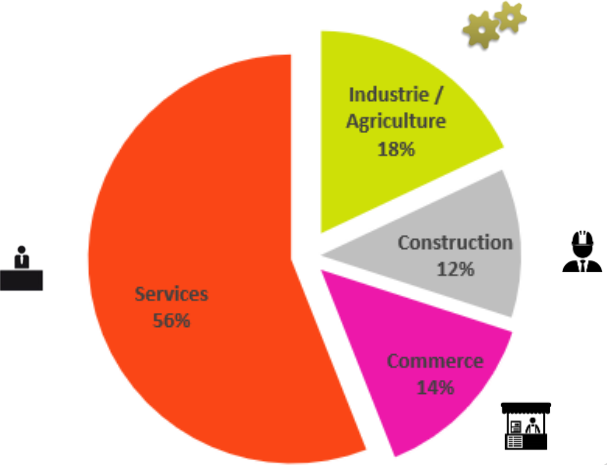
Le mécénat sportif est un mécénat avant tout territorial – 61% des entreprises situées en Province sont mécènes du sport, contre 45% des entreprises franciliennes - porté par les petites entreprises.

Ce fort engagement des PME ainsi que le budget non négligeable des 30% d'ETI et des 40% de GE engagées dans ce domaine permettent au sport de représenter 15% du budget global du mécénat.

Après des entreprises mécènes

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat (n=172)

PROFIL DES ENTREPRISES REpondantes (MECENES DU SPORT)

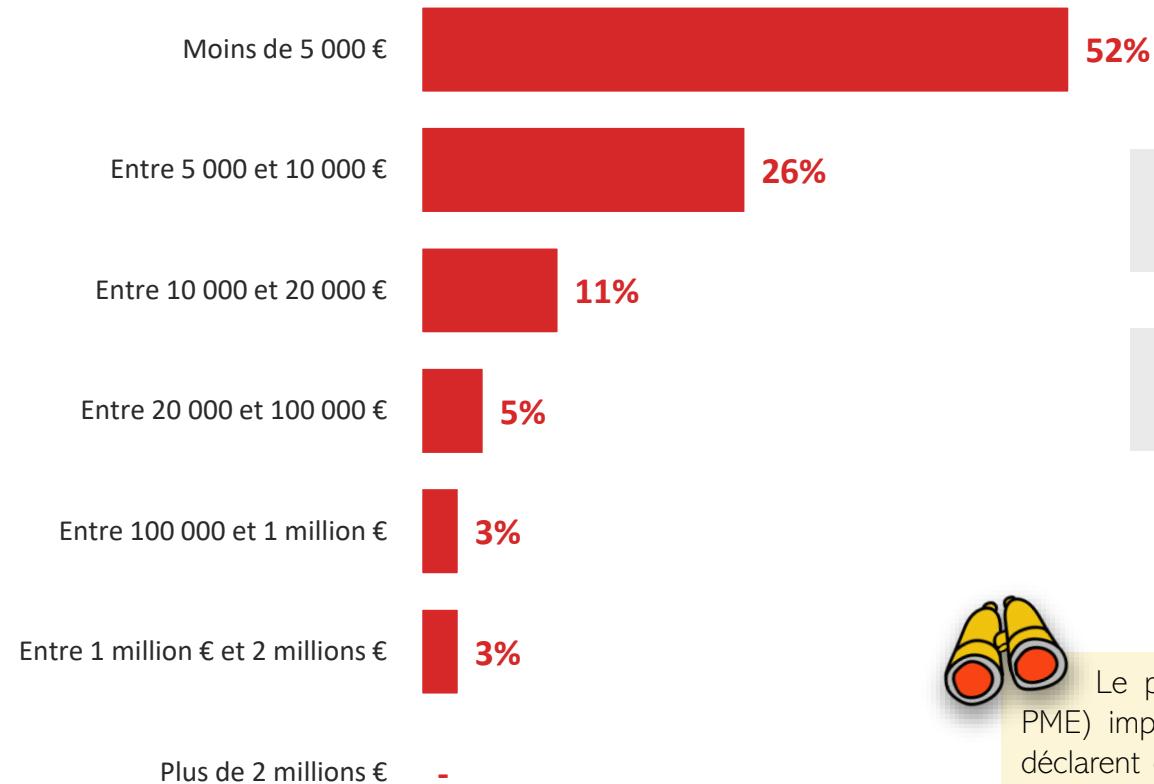


Après des entreprises qui font du Mécénat sportif
Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat sportif (n=86)



En 2019, le montant de mécénat sportif médian s'élève à 2 400 €

Quel a été en 2019 le montant global consacré par votre entreprise à ses actions de mécénat dans le domaine du sport (hors budget de communication et salaires des personnes en charge du mécénat) ?



MÉDIANE :
2 414 €

MOYENNE :
66 632 €

Rappel Mécénat culturel

Médiane :
7 884 €

Moyenne :
279 707 €



Le profil des entreprises mécènes du sport (principalement des PME) impacte directement le montant des dons : la moitié d'entre eux déclarent en effet des dons inférieurs à 2 414 € et ils sont seulement 6% à en réaliser des supérieurs à 100 000 €.

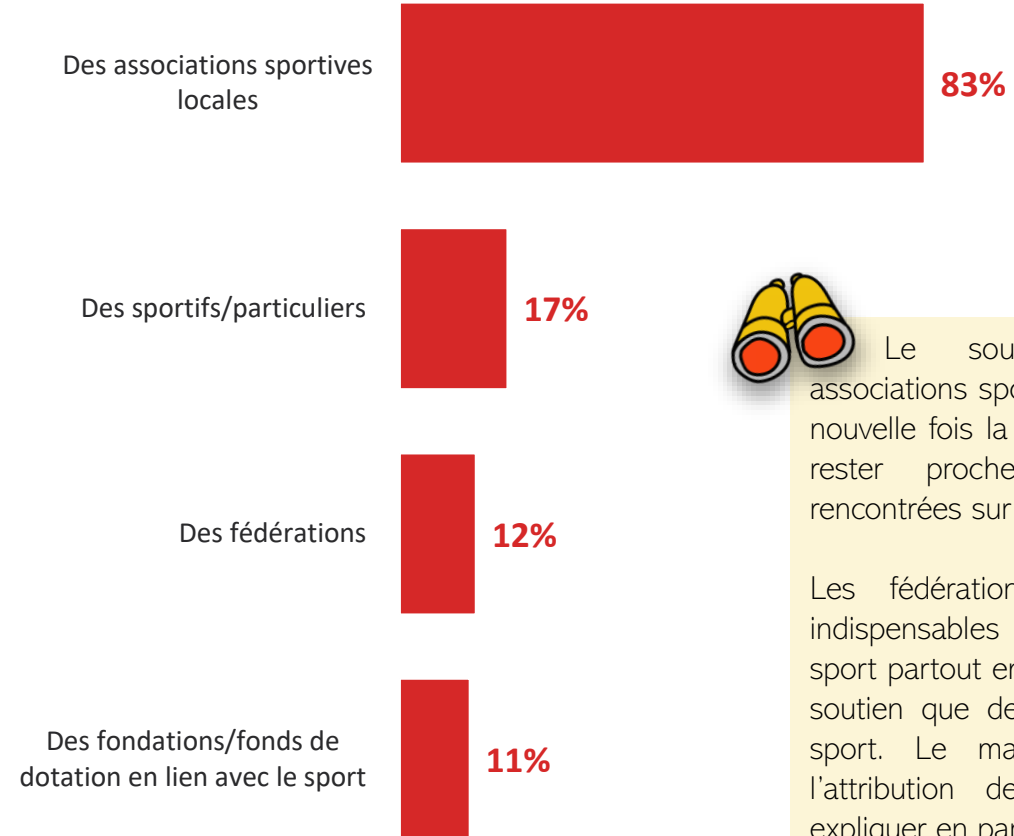
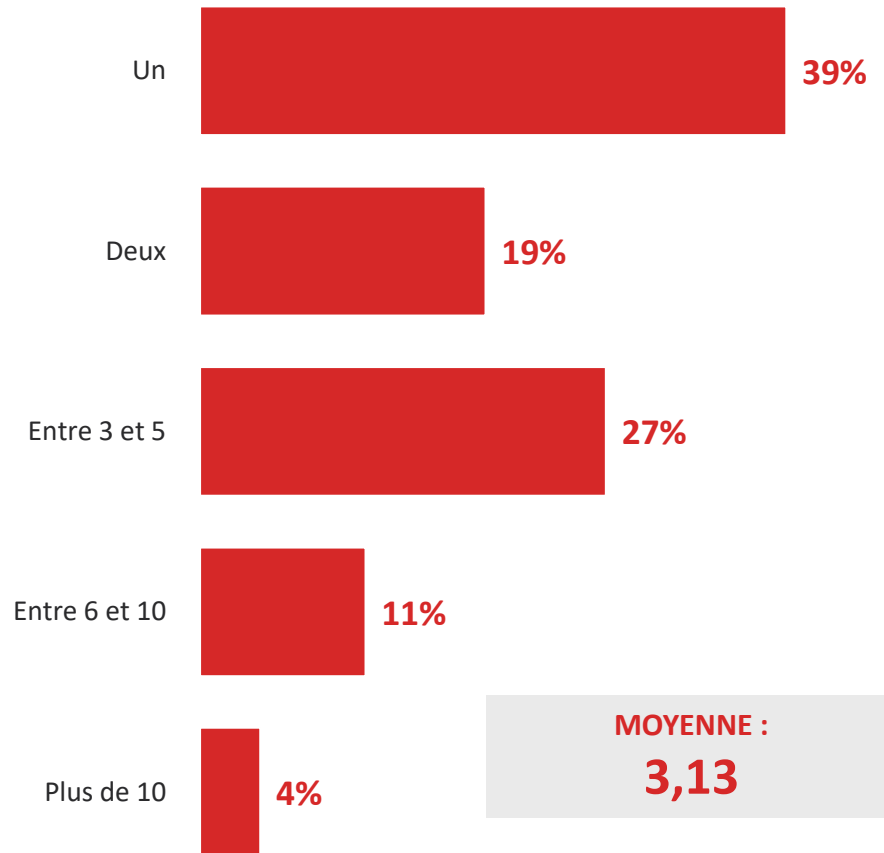
Après des entreprises qui font du Mécénat sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat sportif (n=86)

En 2019, les mécènes sportifs ont soutenu 3 projets en moyenne, principalement à destination des associations sportives locales

Combien de projets impliquant une dimension sportive avez-vous soutenus en 2019 ?

Quel(s) type(s) de structure(s) votre entreprise soutient-elle majoritairement dans le domaine du sport ?



Le soutien majoritaire aux associations sportives locales traduit une nouvelle fois la volonté des mécènes de rester proche des problématiques rencontrées sur leur territoire.

Les fédérations, qui sont pourtant indispensables au développement du sport partout en France, ne recueillent le soutien que de 12% des mécènes du sport. Le manque de visibilité sur l'attribution des dons récoltés peut expliquer en partie ce faible engagement.

Après des entreprises qui font du Mécénat sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat sportif (n=86)

La dimension sociale du sport, un critère de choix prioritaire pour plus d'un mécène sur 2

Plus précisément, parmi les domaines suivants, dans lesquels votre entreprise s'engage-t-elle en priorité en matière de mécénat sportif ? En premier ? En second ?



Parmi les sous-domaines d'intervention, la promotion du sport comme vecteur de lien social et d'insertion socio-professionnelle est celui qui mobilise le plus les mécènes. Ensuite, le deuxième enjeu qui attire les entreprises est celui du développement de la pratique sportive : soit via le développement territorial (pour 27% des mécènes sportifs) ou via un travail sur l'accessibilité au sport pour les publics qui en sont éloignés (23%). Le sport-santé reste une thématique peu fédératrice, tout comme l'accompagnement des anciens sportifs dans leur reconversion ou même des athlètes actuels.

■ En premier

■ Total des citations

Après des entreprises qui font du Mécénat sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat sportif (n=86)

Sport et insertion sociale et professionnelle : le mécénat croisé de la Fondation VINCI pour la Cité



Créée en 2002, la Fondation d'entreprise VINCI pour la Cité soutient des initiatives d'insertion sociale et professionnelle. Elle favorise l'engagement des collaborateurs et promeut l'innovation sociale au sein des métiers VINCI.

En quoi le soutien aux associations sportives s'inscrit dans votre démarche mécénat global ?

La Fondation VINCI pour la Cité agit pour l'insertion socio-professionnelle des publics fragiles, issus notamment des quartiers relevant de la politique de la ville. **Le sport est pour les associations de ces quartiers un moyen de capter ces publics soustraits de l'emploi** et les orienter vers des activités adaptées à leurs problématiques et profils, allant du soutien scolaire à des solutions de mobilité voire des formations.

Le sport en effet convoie des valeurs de solidarité et d'entraide qui donnent lieu à de belles histoires. Nous avons par exemple eu le plaisir de soutenir en 2017 puis en 2020 le Sporting Olympique Avignon XIII, club de rugby implanté en quartier prioritaire à Avignon, dont le capitaine de l'équipe fauteuil a par la suite été embauché chez VINCI Autoroutes.

La Fondation VINCI pour la Cité soutient l'association Sport dans la Ville. Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à soutenir cette structure ?

Sport dans la Ville est une association d'insertion par le sport, c'est-à-dire qu'elle propose différentes activités sportives à ses bénéficiaires issus de quartiers sensibles. Ceux-ci peuvent être ainsi captés pour être orientés vers les différents programmes de l'association dédiés à l'insertion de ces publics, que ce soit en leur proposant du soutien scolaire, un accompagnement pour le développement de leur projet professionnel, le lancement de leur entreprise ou encore – plus original – un soutien à l'épanouissement personnel et professionnel des jeunes filles. Nous avons par exemple accompagné le programme Apprenti'bus à Grenoble, qui propose de l'aide à la lecture et à l'écriture aux enfants de 7 à 11 ans.

Comment mobilisez-vous vos collaborateurs sur ces problématiques ?

A la Fondation VINCI, les associations bénéficient toujours d'un double soutien : un soutien financier et un soutien en compétences d'un ou plusieurs collaborateurs. En 2019, plus de 800 collaborateurs français se sont engagés auprès d'une association !

En avril 2020, pendant le confinement, nous avons lancé www.vinci-solidarity.com, notre plateforme de mobilisation solidaire des collaborateurs VINCI. Elle facilite la rencontre – à distance ou en présentiel – des collaborateurs et des associations partenaires. Par exemple, sur cette plateforme nos collaborateurs peuvent s'engager en 3 clics avec Sport Dans la Ville pour parrainer un jeune. Concrètement, ils vont être mis en contact avec un jeune pour l'accueillir une journée sur leur lieu de travail, pour lui faire vivre un « Vis ma vie » et lui expliquer leur métier !



*Anne-Flore Couronne,
Responsable régionale
Ouest/Bourgogne-Franche-Comté
Responsable communication*

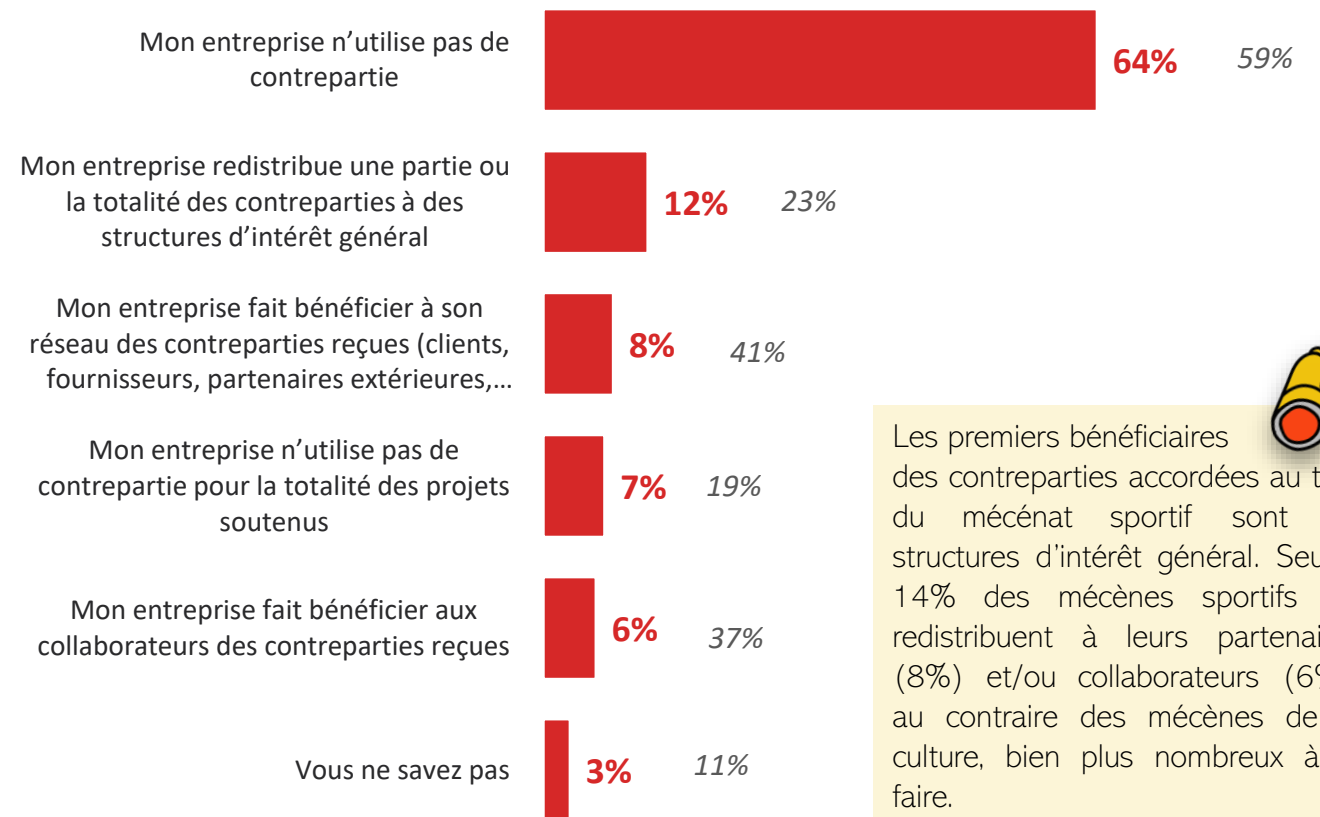
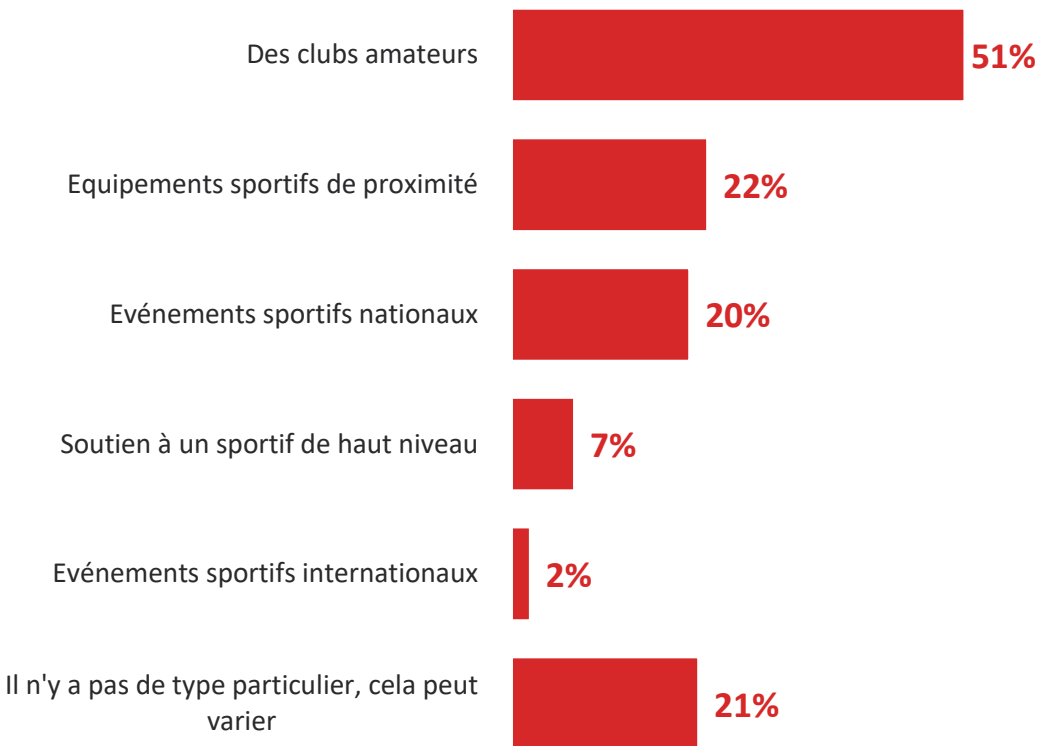


Les clubs amateurs bénéficient le plus du soutien des mécènes sportifs, ces derniers n'utilisant pas ou peu leurs contreparties

Et à quel(s) type(s) de projet sportif votre entreprise apporte-t-elle son soutien en priorité ?

Comment votre entreprise utilise-t-elle les contreparties reçues au titre du mécénat ?

Rappel mécénat culturel



Les premiers bénéficiaires des contreparties accordées au titre du mécénat sportif sont les structures d'intérêt général. Seules 14% des mécènes sportifs les redistribuent à leurs partenaires (8%) et/ou collaborateurs (6%), au contraire des mécènes de la culture, bien plus nombreux à le faire.

Après des entreprises qui font du Mécénat sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat sportif (n=86)

Les contreparties reçues au titre du mécénat : un soutien supplémentaire



*Vanessa de Lauzainghein,
Directrice mécénat, philanthropie et fonds
structurels de la Fondation Apprentis d'Auteuil*

Quels sont les types de contreparties reçus de la part des mécènes ?

En dehors de la période de crise sanitaire que nous vivons actuellement, nous recevons régulièrement de la part de nos mécènes des propositions d'invitation à des événements sportifs ou culturels et des accès à des monuments, musées et expositions.

Quels sont les bienfaits apportés aux jeunes ?

Les contreparties reçues de la part de nos mécènes nous permettent de mettre en place des sorties que nous ne pourrions pas organiser autrement et sans leur soutien. La participation de nos jeunes à ces événements leur permet de vivre des expériences inédites, d'élargir leurs champs de connaissance et leurs horizons, pour certains de vivre un rêve en accédant à des lieux qui ne leur sont pas accessibles habituellement. C'est une occasion aussi de vivre une expérience en groupe, de se créer des souvenirs communs et de mettre de l'originalité et de la joie dans le quotidien des jeunes que nous accompagnons.

Avez-vous constaté un renforcement de cette tendance ?

Nous ressentons une attention de plus en plus forte des mécènes à intégrer une dimension sociale dans chacune de leurs actions, au-delà de leur mécénat. Le réflexe est établi de penser à associer leurs partenaires associatifs à leurs événements ou projets lorsque cela est possible. Nous sentons une volonté d'intégrer nos bénéficiaires dans leurs actions, aux côtés de leurs clients et de leurs salariés, et de donner un sens commun à leurs engagements. Cela nous paraît rentrer pleinement dans le mouvement aujourd'hui bien installé de déploiement de la responsabilité sociétale des entreprises.



*Agnès Beccaria,
Chargée de mission Solidarité,
Fondation BNP Paribas*

Comment est né le partenariat avec la Fondation Apprentis d'Auteuil ?

En 2015 BNP Paribas a voulu répondre à la crise humanitaire des réfugiés et a déployé un ambitieux plan dans 10 pays européens soutenant des associations qui favorisent leur insertion professionnelle et l'apprentissage de la langue. C'est dans ce cadre qu'en France la Fondation BNP Paribas a lié un partenariat avec les Apprentis d'Auteuil (AA).

Récemment la Fondation BNP Paribas a permis à des élèves d'AA d'aller voir du tennis à Roland Garros. Pourquoi cette offre ?

Accompagner nos partenaires n'implique pas seulement une aide budgétaire, Nous avons toujours à cœur d'aller au-delà en nous appuyant sur toutes les possibilités offertes par le groupe ou de nos autres partenaires. Cette année le tournoi de RG a pris une tournure particulière : prévu à la rentrée et non en juin, avec un public très réduit. Chaque année BNP Paribas, sponsor historique du tournoi, invite beaucoup de clients fidèles. Cette année, les Directions de l'Engagement et de la Communication ont souhaité que les jeunes de nos partenaires puissent y participer. Un grand privilège puisque BNP Paribas a cette année rendu toutes ses places à la Fédération Française de tennis, ne gardant que quelques places pour les jeunes. Une promotion de 12 jeunes de AA sont venus voir Nadal... Des jeunes de l'AFEV, de Proximité et d'autres bénéficiaires partenaires encore étaient aussi là dans les tribunes – quasi vides – du central !

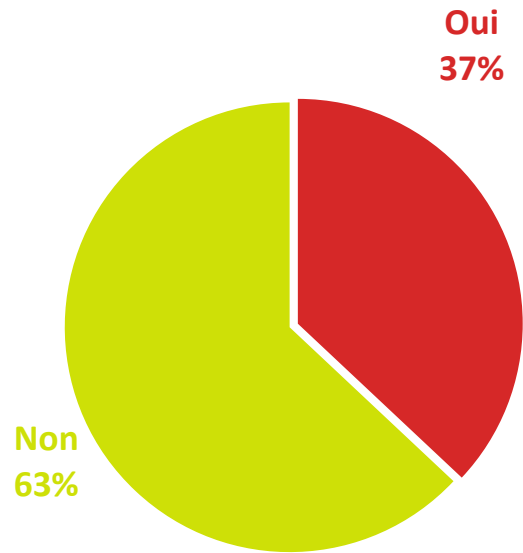
Offrez-vous d'autres opportunités de ce type ?

La Fondation BNP Paribas très impliquée dans le champ social est aussi historiquement un mécène de la culture. La Fondation BNP Paribas est entre autres mécène des Avant1ère de l'Opéra de Paris qui permet à un public jeune de moins de 28 ans d'assister aux Avant 1ères du Palais Garnier et de l'Opéra Bastille. Régulièrement, au fil du programme nous invitons les jeunes bénéficiaires de nos partenaires, dont les AA.



Un peu plus d'un tiers des mécènes sportifs sont également sponsors sportifs et la moyenne du montant consacré au sponsoring sportif avoisine les 72 000 euros

En plus de son mécénat sportif, votre entreprise mène-t-elle des actions de parrainage / sponsoring sportif ?



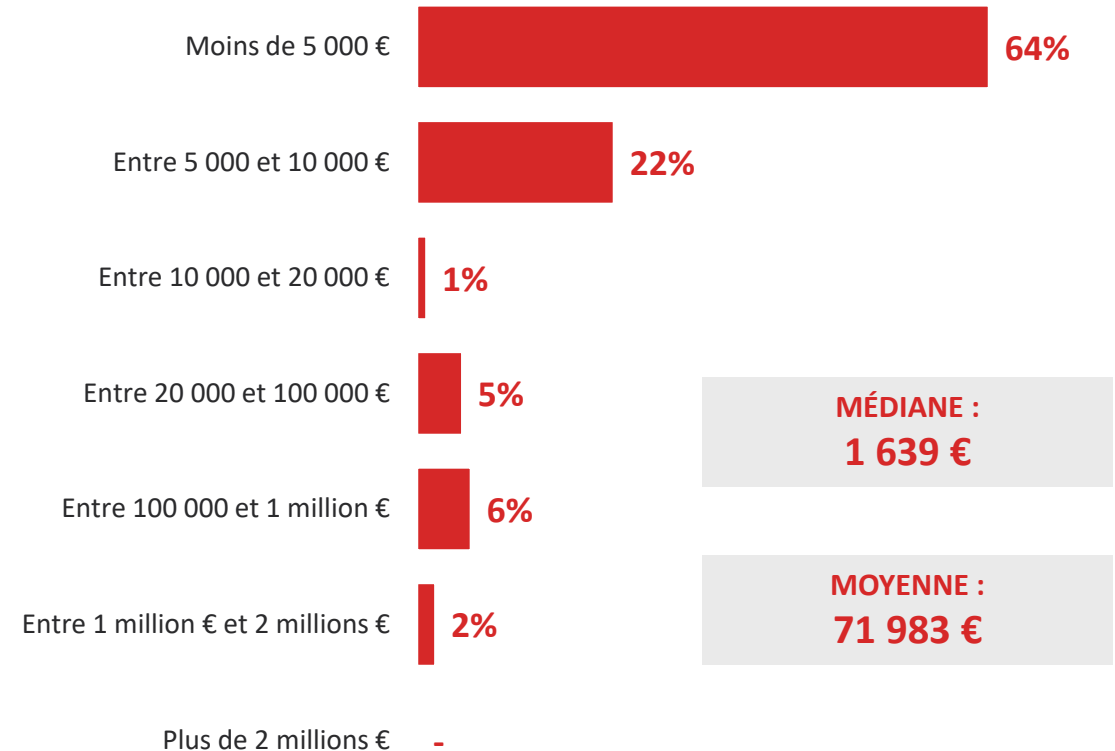
Rappel

***60% des entreprises mécènes font du sponsoring**



Les mécènes du sport sont plus enclins que les mécènes de la culture à faire à la fois du mécénat et du sponsoring dans le même domaine : ils sont en effet 37% à faire les deux, contre 21% pour les mécènes de la culture.

Quel a été en 2019 le montant global consacré par votre entreprise à ses actions de sponsoring dans le domaine du sport (hors budget de communication et salaires des personnes en charge du mécénat) ?

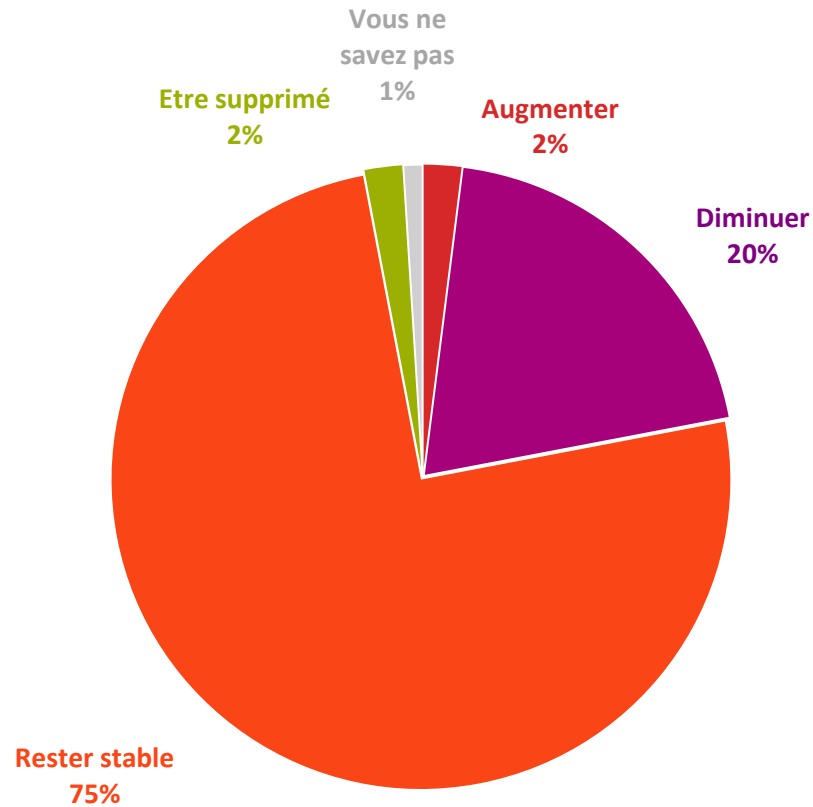


Après des entreprises qui font du Mécénat sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat sportif (n=86)

Avec 1 entreprise sur 5 déclarant que son budget dédié au sport va diminuer, l'avenir du mécénat sportif est incertain

A l'avenir, pensez-vous que le budget mécénat dédié au sport de votre entreprise va...

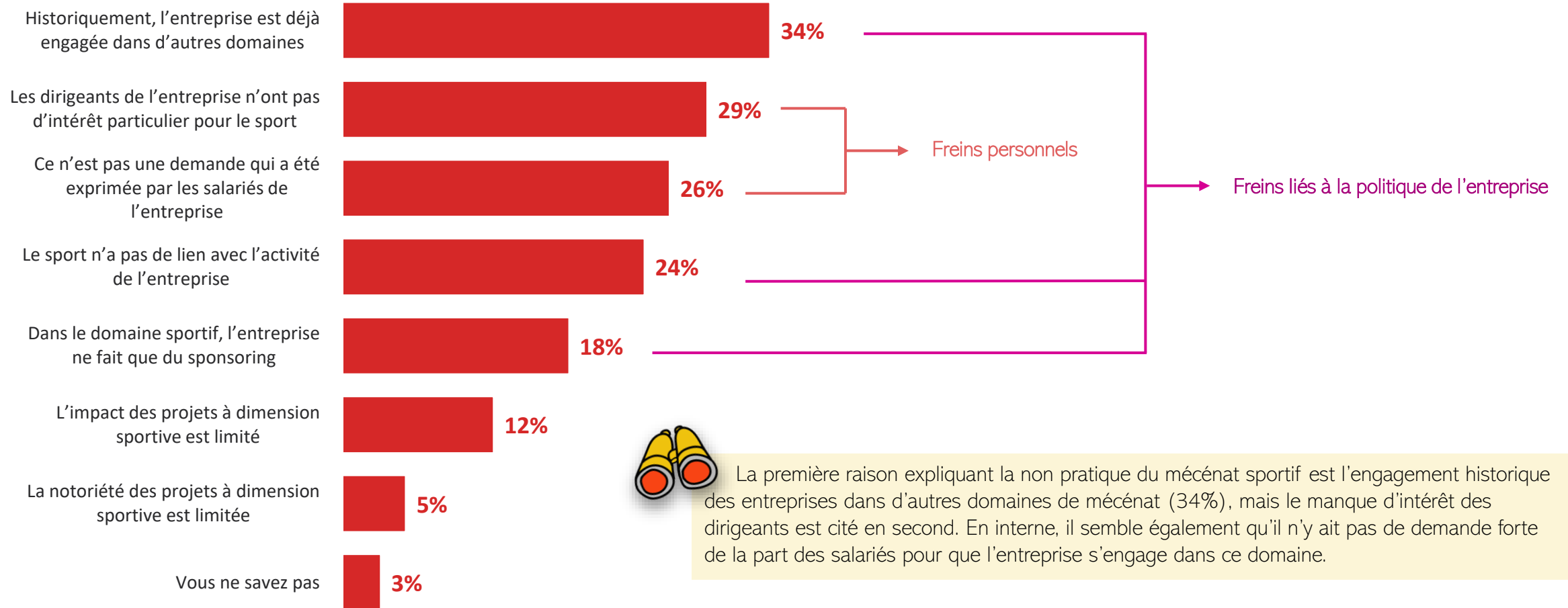


58% des PME mécènes, principales donatrices dans le domaine sportif, seront impactées par la crise du COVID et ses conséquences économiques. Pour 86% d'entre elles, l'impact sera même important...

Par ailleurs, elles semblent plus sensibles à la question du fléchage des dons : 85% des PME se sont en effet accordées sur le fait que certains domaines seraient délaissés, contre 57% pour les grandes entreprises. On peut donc présager un report des dons vers d'autres domaines, notamment le social et la santé, au détriment du sport...

Entre des stratégies d'entreprises strictement définies et un manque d'attrait plus personnel, plusieurs freins empêchent le développement du mécénat sportif

Quelles sont les raisons pour lesquelles votre entreprise a souhaité privilégier d'autres domaines que le sport pour faire du mécénat ?



Après des entreprises qui font du Mécénat mais pas dans le domaine sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat mais pas dans le domaine sportif (n=86)

Les éléments pouvant inciter à se lancer dans le mécénat sportif n'emportent qu'une adhésion limitée

. Parmi les éléments que je vais vous citer, quels sont ceux qui pourraient vous donner envie de faire du mécénat dans le domaine sportif ?

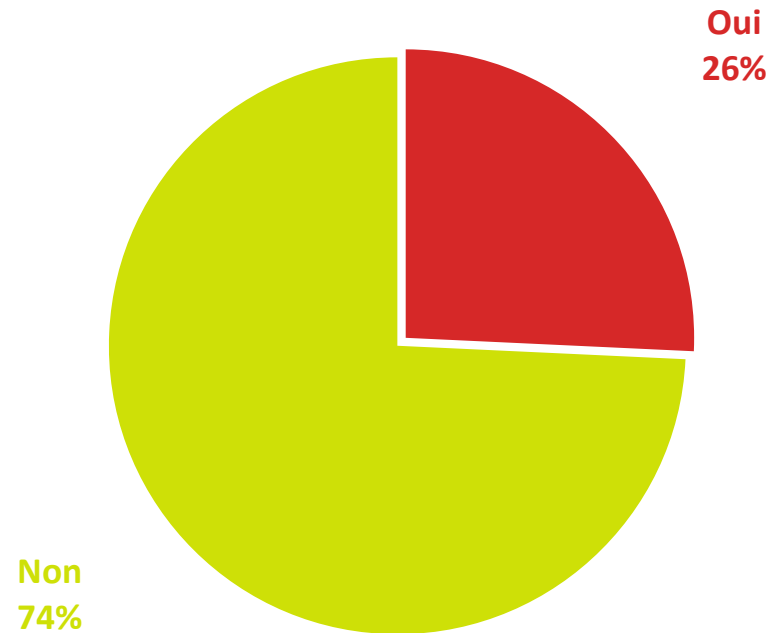


Parmi les mécènes n'agissant pas dans le domaine sportif, 29% semblent rester fermés à toute possibilité d'engagement sur cette thématique.

Pour les autres, l'émergence de projets hybrides mêlant d'autres domaines et l'accueil des JO constituent les deux principales opportunités pour investir ce nouveau domaine.

Pour autant, un quart des mécènes agissant dans le domaine du social, de la santé et de l'éducation soutient des projets incluant des Activités Sportives ou Physiques (ASP)

Un ou plusieurs projet(s) que vous soutenez dans les domaines du social, de la santé et de l'éducation inclue(nt)-il(s) des activités sportives ou physiques ?



Avec 56% des entreprises mécènes en France engagées dans le domaine sportif, et 26% des mécènes des domaines du social, de la santé et de l'éducation soutenant des projets incluant des ASP, le sport est largement représenté dans les programmes bénéficiant de mécénat.

Néanmoins, près d'un tiers des entreprises non mécènes du sport restent peu convaincues, et les mécènes actuels risquent de souffrir de la crise... Dans ce contexte, il devient donc essentiel de consolider les partenariats avec les entreprises dont le budget restera stable (75%) ou augmentera (2%) et de s'appuyer sur le développement du mécénat croisé pour valoriser les initiatives hybrides permettant de répondre à des problématiques sociales ou de santé.

Après des entreprises qui font du Mécénat mais pas dans le domaine sportif

Base : à ceux dont l'entreprise pratique le mécénat social/ santé /éducation mais pas dans le domaine sportif (n=43)