



LE MECENAT DES TPE/PME LOCALES

Qu'est-ce que le mécénat ?

Le mécénat est un **don**, d'une entreprise ou d'un particulier, à une activité d'intérêt général. Cet engagement peut être réalisé en argent, en nature (don) ou en compétence, et concerner des domaines très variés : social, culture, éducation, santé, sport, environnement, recherche...

Qu'est-ce qu'une PME ?

C'est une entreprise qui se définit :

- par son nombre de salariés, compris entre 10 et 250
- par son chiffre d'affaires, qui ne doit pas excéder 50 millions d'euros par an

Qu'est-ce qu'une TPE ?

- elle compte moins de 10 salariés
- son chiffre d'affaires annuel ne doit pas excéder 2 millions d'euros
- dans cette catégorie, on retrouve également les « micro-entreprises » (dont les auto-entrepreneurs). Elles correspondent aux besoins des travailleurs non-salariés tels que les artisans, les commerçants ou encore les professions libérales.

Le mécénat n'est pas réservé aux grandes entreprises. Les petites et moyennes entreprises s'investissent également pour l'intérêt général et représentent même aujourd'hui 40% des sommes versées dans le cadre du mécénat tous secteurs confondus. **Ces mécènes, plus ancrés localement, privilégient des actions de proximité dont les effets se ressentent directement sur le territoire.** Ils constituent donc une cible privilégiée pour SNL.

Vous pouvez les solliciter si vous avez **un projet précis porté par SNL** qui nécessite du mécénat. Dans un souci d'organisation et d'efficacité, il convient toutefois de vous concerter avec votre SNL départementale et de la tenir systématiquement informée des démarches entreprises.

! La recherche de mécénat est une démarche à moyen terme qui passe par une démarche de relations publiques. Il ne faut donc pas se décourager au premier échec.

I/ Comment solliciter les TPE/PME locales

Les différentes étapes

1/ Identifier la particularité du projet et celle de l'association SNL

Qu'est-ce qui fait sa singularité, quelles valeurs porte l'association, quels sont ses engagements... Vous devez mettre en avant les points forts de votre projet et de l'association SNL.

2/ Définir le type de don recherché : mécénat financier, don matériel ou mécénat de compétence. Il est indispensable d'identifier clairement quels sont vos besoins en mécénat tout comme de les chiffrer avant de démarcher un prospect. Appuyez-vous pour cela sur votre SNL départementale.

3/ Identifier et lister les entreprises cibles, celles qui évoluent dans le même secteur d'activité par exemple (entreprises du bâtiment), ou celles qui promeuvent des valeurs similaires (la réinsertion de personnes en situation d'exclusion, la solidarité, le vivre ensemble, etc...)

→ Comment les trouver :

- en vous appuyant sur vos réseaux
- en faisant une recherche sur Internet et/ou en consultant le site www.societe.com (adresse, nom du dirigeant...)
- en s'appuyant sur des « connecteurs », c'est-à-dire des personnalités introduites dans des réseaux professionnels régionaux : association de commerçants, Rotary, Lions club...)
- en consultant les journaux locaux
- en participant à des événements municipaux et/ou à des rencontres locales
- en sollicitant la chambre de commerce et d'industrie (CCI) de votre département

Et pour chaque entreprise qu'on va solliciter :

4/ Effectuer un travail approfondi sur l'entreprise, son action, ses projets : quelle mission met-elle en avant ? Quels sont ses engagements ? Quel sens donne-t-elle à son action sociale et territoriale ? Quels mots emploie-t-elle pour parler de son action ? A-t-elle déjà soutenu des associations ? Sous quelle forme ? Vous pouvez trouver ces informations sur Internet et sur les supports de communication de l'entreprise.

5/ Mettre en avant les points d'adéquation entre l'entreprise et le projet de l'association : il s'agit de (de)montrer en quoi cela fait sens pour l'entreprise de soutenir ce projet. Cette réflexion va vous permettre de définir concrètement quel va être le « retour sur investissement » pour le mécène. En d'autres termes, qu'est-ce qu'il va gagner à soutenir votre projet et comment son soutien va être valorisé et visible localement ? Veillez à personnaliser autant que possible (les arguments mis en avant ne sont pas tous les mêmes en fonction de l'interlocuteur et du type de mécénat sollicité). De même, assurez-vous, de l'accord de votre SNL départementale pour les éléments de valorisation que vous souhaitez proposer au mécène.

Exemples de motivation commune :

- soutenir un projet d'intérêt général porteur de sens, avec un impact social concret et mesurable
- s'inscrire dans une dynamique locale
- conforter son maillage territorial
- valoriser l'image de son entreprise : renforcer la fierté d'appartenance, l'attractivité de l'entreprise au regard de ses parties prenantes

Exemples de valorisation concrète du partenariat :

- présence du logo ou du nom de l'entreprise dans la communication de l'opération soutenue ou d'autres supports à définir (bâches de chantier par exemple si la nature du projet s'y prête)
- communication dans la presse locale
- organisation d'une visite de chantier en présence d'autres dirigeants locaux et d'élus
- animation spécifique qui implique les salariés

A noter : la création d'un « Club TPE/PME » permet aux entreprises de s'engager pour l'attractivité de leur territoire dans la durée. Ce dernier a pour principe de réunir plusieurs mécènes qui se mobilisent pour une cause dans un cadre stimulant (point de rencontre entre différents acteurs locaux, émergence de nouvelles dynamiques...)

IMPORTANT

Le mécénat (quelle que soit sa nature) ne doit pas comporter de contrepartie directe au profit du mécène. Si ce dernier peut bénéficier de certaines contreparties en matière de communication et de relations publiques, la valeur de ces contreparties doit demeurer dans une « disproportion marquée » avec le montant du don. Il est communément admis que la valeur des contreparties accordées à l'entreprise mécène ne doit pas dépasser 25% du montant du don.

De même, la communication effectuée autour de cette action de mécénat ne doit pas constituer une action de communication commerciale – c'est-à-dire une publicité active permettant de vanter ses produits et/ou services – mais rester discrète. Elle relève de la communication institutionnelle de l'entreprise.

6/ Adapter et calibrer sa demande de mécénat : en fonction de la nature de l'entreprise et de sa taille. On ne demandera pas la même participation financière à une PME qu'à une grande entreprise. Une demande adéquate témoigne aussi d'une bonne compréhension des enjeux de l'interlocuteur.

7/ Identifier la porte d'entrée : trouver le bon interlocuteur est un facteur important car on se donne plus de chances d'être écouté et/ou que notre demande soit relayée. En règle générale, le chef d'entreprise est le contact-cible dans les entreprises de petite taille mais il peut aussi s'agir du contact communication, RH ou éventuellement RSE (s'il y en a). Un bénévole, salarié de l'entreprise, peut également constituer un relais précieux.

8/ Préparer une fiche projet et/ou un dossier succinct : à ce stade, vous disposez de tous les éléments pour rédiger une fiche spécifique (ou un court dossier) en fonction de votre interlocuteur. Ces éléments accompagnent le premier contact, téléphonique ou en face-à-face. Vous pourrez ensuite les joindre par mail.

9/ Prendre contact et se rencontrer : que ce soit au téléphone ou en face à face (cette deuxième option étant à privilégier dans la mesure du possible), il est important :

- de présenter votre projet de manière claire et synthétique (en 2 ou 3 minutes)
- d'utiliser la technique de l'entonnoir : du général au particulier
- de mettre un « coup de projecteur » sur le caractère différenciant de votre projet
- de mettre en relief les points de convergence entre le projet et l'ADN de l'entreprise : par exemple, si les valeurs d'une entreprise sont la solidarité, l'ouverture, l'égalité et que son idée de base est de s'associer pour être plus fort ensemble, il y a un parallèle évident avec l'association SNL et la nature des projets qu'elle porte en général.
- de préciser que va lui apporter son investissement et comment ce dernier va être valorisé ou visible localement (cf. point 5)
- de faire comprendre à l'entreprise que c'est avec elle et pas une autre que l'on veut travailler

! Votre demande de soutien doit être claire : S'il s'agit de participer à un projet précis pour un montant déterminé, il faut lui préciser à quoi va servir cet argent (financer une exposition organisée par l'association, aménager tel logement, etc...). De même, s'il s'agit de don en nature.

10/ Formaliser l'accord de mécénat et suivre les engagements de chacune des parties : cette étape se fait en lien et avec l'appui de votre SNL départementale. Il est important de bien cadrer les choses avec le mécène et de suivre les engagements de chacun tout au long du partenariat. Pour cela coordonnez-vous avec votre SNL départementale.

11/ Fidélisation : une fois le soutien du mécène obtenu, il faut penser à le fidéliser. Informez-le par exemple régulièrement des avancées du projet. N'oubliez pas, un mécène satisfait et impliqué, est susceptible de vous soutenir sur d'autres projets et de parler de vous autour de lui. Ce premier soutien peut aussi permettre de **solliciter par la suite cette même PME pour un soutien plus large autour des missions de SNL.**

II/ La fiscalité

Conformément à l'article 238 bis du code général des impôts, les entreprises peuvent bénéficier d'une réduction d'impôts égale à 60% du montant des versements consentis dans la limite de 5 pour mille de leur chiffre d'affaires ou du plafond de 20 000€. Si le don dépasse ce seuil de 5 pour mille, l'entreprise a la possibilité de reporter l'excédent sur les 5 années suivantes.

Les entreprises qui versent plus de 10 000€ de dons annuellement doivent déclarer à l'administration fiscale la liste des structures bénéficiaires.

III/ L'outil indispensable : la fiche projet synthétique

Un dirigeant d'entreprise n'a que peu de temps à consacrer à un projet qui ne concerne pas la mission première de l'entreprise. Il est donc important de faire court et d'aller à l'essentiel. La fiche projet s'avère très utile. Elle peut venir en appui d'un appel ou d'une première rencontre. Elle ne doit pas faire plus d'une page recto/verso.

Le fil rouge rédactionnel :

- un titre, une accroche
- trois ou quatre paragraphes maximum par fiche
- des phrases courtes et simples dans la rédaction et la compréhension
- des chiffres clés
- un paragraphe bien visible pour exprimer les besoins en mécénat (en fin de fiche)
- contacts de l'association & logos des partenaires

Les trois objectifs essentiels :

- **Expliquer** : il s'agit de décrire le projet : quoi ? pourquoi ? où ? quand ? pour qui ? etc. N'hésitez pas à inclure des photos (1 à 3 maximum) du projet et/ou de mise en situation des bénéficiaires
- **Rassurer** : affirmer la légitimité de l'association (sa maturité, son histoire). Ajouter des chiffres clés qui témoignent de la transparence et de la bonne santé financière.
- **Convaincre** : Mettre en relief les points de convergence entre le projet et l'« ADN » de l'entreprise, et comment le soutien du mécène pourra être valorisé

! La fiche Projet est un document de communication qui doit permettre à l'entreprise de vouloir en savoir plus et/ou vous rencontrer lors d'un RDV.

EN BREF*

- Personnalisez votre argumentaire en fonction de la cible.
- Tout n'est pas bon à dire, ne noyez pas votre interlocuteur sous une masse d'informations.
- Décentrez-vous du projet et concentrez-vous aussi, sur le mécène (*Pourquoi vous et pas un autre*).
- Gardez à l'esprit que le mécénat des TPE et PME est avant tout une affaire de rencontre entre un chef d'entreprise (le plus souvent) et un porteur de projet.

Et de façon plus générale :

- multipliez les contacts : avoir une démarche régulière dans la durée, permet de multiplier les opportunités. N'hésitez pas à mobiliser vos réseaux locaux et personnels.

* Votre SNL ou le pôle partenariat de l'Union sont là pour vous accompagner (définition des contreparties, rédaction fiche projet, rendez-vous...) **Une bonne coordination est indispensable !**

Boîte à outils :

Cette fiche pratique est accompagnée :

- d'un exemple de fiche projet
- d'une convention type de mécénat.