

Le mécénat d'entreprise

2024

Réouverture de la
cathédrale Notre-Dame
de L'Oréal-LVMH-Kering-Total

C'est une
soirée privée,
Avez-vous la
carte du magasin?



BRIEF.ECO BRG

Le mécénat d'entreprise

La semaine dernière, plusieurs groupes français ont annoncé des dons pour la reconstruction de la cathédrale Notre-Dame de Paris. **Le mécénat s'inscrit dans le concept de la responsabilité sociale de l'entreprise**, qui regroupe les pratiques que ces entreprises mettent en place afin de respecter les principes du développement durable, que ce soit dans le domaine social, environnemental ou économique.

L'ACTU

À la suite de l'incendie de la cathédrale Notre-Dame de Paris survenu le 15 avril, plusieurs grandes fortunes et grands groupes français ont annoncé qu'ils allaient débloquer des centaines de millions d'euros afin de financer la reconstruction de l'édifice. Parmi les plus gros dons figurent ceux promis par la famille Bettencourt et le groupe de cosmétiques L'Oréal dont elle est actionnaire (200 millions d'euros), la famille Arnault et le groupe de luxe LVMH (200 millions d'euros) ou encore la famille Pinault, propriétaire du groupe de luxe Kering (100 millions d'euros). De nombreuses autres entreprises, telles que le pétrolier Total, la banque BNP Paribas ou encore l'assureur Axa, ont également annoncé des dons. Selon un décompte effectué par l'AFP, le secteur privé mobilise à travers ce mécénat près de 700 millions d'euros.

L'ÉCLAIRAGE

En quoi consiste le mécénat d'entreprise ?

En France, selon un arrêté du 6 janvier 1989, le mécénat est « le **soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général** ». Cette absence de contrepartie distingue le mécénat du parrainage (« sponsoring » en anglais) qui prévoit des compensations, le plus souvent publicitaires. Né dans la Rome antique au I^{er} siècle avant Jésus-Christ, il définissait alors le soutien financier apporté par une personne fortunée à un artiste ou à un projet culturel. Depuis la fin du XVI^e siècle, une poignée de grandes entreprises françaises ont perpétué cette tradition en affectant des dons au secteur des arts et des lettres.

À partir des années 1990, elles ont commencé à diversifier leur mécénat en finançant également des projets de la recherche scientifique et médicale, des actions menées en faveur de la protection de l'environnement ou de l'éducation, des opérations de lutte contre la précarité et l'exclusion sociale ou encore de l'aide humanitaire. Selon une étude publiée en novembre par l'association de promotion du mécénat d'entreprise Admical, **9 % des entreprises, dont la majorité sont des PME, étaient mécènes en 2017 pour une dépense de plus de 3 milliards d'euros**.

Quel est l'intérêt pour une entreprise de faire du mécénat ?

En France, depuis la Révolution française et jusqu'à la fin des années 1960, « toute tentative de prise en charge de l'intérêt général par le privé est considérée comme suspecte », affirme dans un article scientifique paru en 2012 Antoine Vaccaro, président du Cerphi, un centre de recherche sur la philanthropie. Aux États-Unis, les entreprises ne sont autorisées à effectuer des dons au profit de causes sociales et humanitaires que depuis 1952.

Dans un ouvrage publié en 1953, l'économiste américain **Howard Bowen** met au point le concept de **responsabilité sociale des hommes d'affaires**. Il avance que les dirigeants de grandes entreprises ont la responsabilité de planifier des actions positives pour la société. Ce concept sera repris par d'autres économistes et donnera lieu à celui de **responsabilité sociale des entreprises (RSE)**.

Dans un article publié en 1970, l'économiste américain **Milton Friedman s'oppose à cette conception**. Il estime que les entreprises n'ont d'autre responsabilité que de **maximiser leurs profits** et qu'en menant des actions philanthropiques, elles pratiquent un détournement d'actifs. Dans un article publié en 1979, le professeur américain de management Archie Carroll hiérarchise les responsabilités de l'entreprise et estime que si le rôle philanthropique n'est pas « exigé » par l'opinion publique, il est cependant « désiré ».

Le mécénat est-il financièrement avantageux pour une entreprise ?

En 2003, le ministre de la Culture Jean-Jacques Aillagon présente un projet de loi visant à « favoriser une plus grande implication des citoyens, des entreprises et de l'ensemble de la société civile, dans l'exercice de missions d'intérêt général, aux côtés de l'État ». Depuis, une entreprise peut déduire de son impôt sur les sociétés 60 % de la somme consacrée à une œuvre d'intérêt général dans la limite de 0,5 % de son chiffre d'affaires. Ainsi, L'Oréal ayant annoncé un don pour la cathédrale Notre-Dame de 100 millions d'euros, le groupe pourra réduire de 60 millions d'euros le montant de son impôt sur les sociétés (qui se chiffre à un milliard d'euros selon une enquête de La Croix).

Dans un rapport publié en novembre, **la Cour des comptes**, un organisme de contrôle de la dépense publique, s'inquiétait de la possibilité pour une entreprise de transformer certaines dépenses, par exemple de marketing, en dépenses de mécénat. Elle **critiquait le manque de contrôle exercé par l'État**, alors même que cet avantage fiscal représente désormais pour lui un manque à gagner de 900 millions d'euros par an. Ce manque de contrôle ne permet pas « d'apprécier l'apport du mécénat à la lutte contre l'exclusion ou à tel ou tel champ des activités culturelles », regrettait l'un des auteurs du rapport lors de sa présentation.

POUR ALLER PLUS LOIN

Histoire du mécénat en France.

Dans un long article paru en 2012 dans une publication scientifique, Antoine Vaccaro, président du Cerphi, un centre de recherche sur la philanthropie, montre comment le mécénat a évolué en France depuis la Révolution française. Il distingue les actions philanthropiques menées avec leur propre argent par les milliardaires américains Bill Gates et Warren Buffet et le mécénat conduit par les dirigeants français avec l'argent des entreprises qu'ils gèrent.

Légitimité du mécénat.

Dans un dossier publié en 2015 dans la Revue française du marketing, les docteurs en sciences de gestion et en économie Sylvain Piquère et Charles Sellen s'intéressent à la manière dont le mécénat s'est peu à peu imposé comme **un concept légitime pour l'entreprise**. Ils montrent l'influence du marketing et la manière dont les crises économiques, sociales et environnementales qui se sont succédé depuis les chocs pétroliers des années 1970 ont créé auprès des citoyens de nouvelles attentes vis-à-vis des entreprises.

Source: <https://www.brief.eco/>