

Questionnaire d'évaluation des partenariats associations/entreprises dans les Alpes de Haute-Provence

*Objectif : mieux cerner le degré de connaissance du mécénat dans les Alpes de haute Provence
septembre 2009*

Entreprises 7500 établissements recensés à la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) 120 questionnaires diffusés par l'Union Départementale des Entreprises (UDE) : 42 retours	Associations 2 000 associations actives dans les AHP 500 questionnaires envoyés par Sport Objectif Plus : 60 retours
<p>95% des entreprises interrogées soutiennent une ou plusieurs associations.</p> <p>78% d'entre elles en attendent un retour : publicité ou valorisation de leur image.</p> <p>8% des dons ne font l'objet d'aucune contrepartie</p> <p>41% des entreprises ne connaissent pas le mécénat</p> <p>45% ne le distinguent pas du sponsoring</p> <p>60% seraient prêtes à soutenir des associations locales porteuses de projets</p> <p>Critères d'engagement des entreprises auprès des associations :</p> <ul style="list-style-type: none">- insertion dans l'environnement social du 04- aide aux amis engagés dans le mouvement associations- soutien aux associations qui touchent leurs enfants	<p>30% des associations n'ont tissé aucun partenariat avec le secteur privé.</p> <p>70% ont un ou plusieurs partenaires privés</p> <p>7% des dons reçus ne font l'objet d'aucune contrepartie</p> <p>70% des associations ne connaissent pas les dispositifs mécénat ou sponsoring</p> <p>90% des associations ont des besoins en financement mécénat</p> <p>Difficultés rencontrées au développement des partenariats :</p> <ul style="list-style-type: none">- Manque de temps disponible pour démarcher - 55%- Difficulté de repérage des entreprises partenaires – 53%- méconnaissance du dispositif – 37%

- par solidarité ou engagement moral

Les entreprises font des dons dans :

- SPORT : 65 %
- SANTE HUMANITAIRE : 35%
- ARTS et CULTURE : 25%

Vers des associations :

- Communales : 73%
- Départementales : 19%
- Nationales : 8%

Période propice pour solliciter un partenariat :
82% au cours du premier trimestre de l'année civile

Typologie des dons :

60% « en nature »

40% financiers

le mécénat de compétence n'est pas du tout utilisé

Niveau géographique du partenariat :

40% des partenariats sont tissés au niveau du département

27% au niveau communal

La plupart des associations ne savent pas comment repérer les entreprises :

25% font appel à leur réseau, fédération...

7% se rendent dans un centre de ressource à la Vie Associative

90% des associations seraient intéressées par une formation Mécénat

Commentaires

Les entreprises soutiennent les associations la plupart du temps à travers le sponsoring (seuls 8% des dons ne font l'objet d'aucune contrepartie ; c'est donc du mécénat mais ce n'est, la plus part du temps, pas valorisé en tant que tel).

Le partenariat n'est pas d'ordre professionnel mais plutôt d'ordre affectif

- en lien avec les activités des enfants*
- ou du fait de relations amicales*

(65% des dons vont au sport)

Le monde de l'entreprise méconnaît le monde associatif pourtant 60% des entreprises sont prêtes à soutenir les porteurs de projet dans l'environnement social du 04.

Le dispositif mécénat/sponsoring reste mal connu.

Commentaires

Les associations ont un fort besoin de financements complémentaires (90%) mais cette démarche n'appartient pas encore à leur culture. 30% n'ont aucun lien avec le secteur privé.

Elles n'ont pas encore professionnalisé leurs recherches de financements, ont peu de temps disponible, ne savent pas qui contacter et connaissent mal le dispositif (70%).

Les associations seraient très intéressées par une formation Mécénat.

Il est également intéressant de vous faire part des résultats d'une étude réalisée par l'IFOP pour TBWA Corporate sur l'image du Mécénat auprès des Français (955 personnes interrogées le 19 mars 2007- source : Observatoire de la Fondation de France)

71% des français jugent que le mécénat n'est pas assez développé en France

85% des français préféreraient travailler pour une entreprise qui fait du mécénat

83% des français préféreraient acheter des produits ou des services à une entreprise qui fait du mécénat

79% seraient prêts à participer aux actions de mécénat proposées par leur employeur, sous réserve que ce projet les intéresse

71% des français pensent qu'il est normal que les entreprises valorisent leurs actions de mécénat par des campagnes de communication