



© Cité du Vin

## Mécénat territorial : une autre manière de développer le sport ?

Les contraintes croissantes sur les finances publiques appellent à **trouver de nouveaux leviers pour le financement des politiques sportives**. Le mécénat territorial constitue à cet égard une ressource encore sous-estimée. Les dons d'entreprises ou de particuliers n'ont évidemment pas vocation à se substituer aux moyens publics, mais ils peuvent permettre de financer des projets qui ne verraient pas le jour autrement, en mobilisant une communauté locale autour d'un enjeu sportif et d'un sentiment d'attachement au territoire.

Le mécénat n'est d'ailleurs pas seulement un enjeu de financement. Il permet aussi d'élaborer des projets d'une manière plus efficace et plus originale car co-construits par des acteurs publics, privés et associatifs. **La démarche du mécénat est naturellement collective et peut donc contribuer à renouveler la conception de l'action publique.**

Comme pour notre dernier sujet des tiers-lieux\*, le sport a cependant pris du retard. Des acteurs nationaux (ex. Paris 2024, CNOSF) ou des clubs professionnels se sont lancés dans le mécénat, en gestion directe, ou par la création de fondations ou de fonds de dotation, mais **les initiatives restent rares dans les collectivités territoriales.**

En s'appuyant sur des exemples transversaux ou venant d'autres secteurs d'activité (culture, solidarités notamment), ce cahier propose donc d'examiner comment le sport pourrait mieux se saisir de la question du mécénat territorial et d'identifier les catalyseurs d'une nouvelle dynamique de financement.

### DÉFINITION

Le mécénat est un don, d'une entreprise ou d'un particulier, à une activité d'intérêt général, sans contrepartie équivalente. Le don peut être réalisé en argent, en nature ou en compétences.

### AVANTAGES

La plupart des dons des entreprises ouvrent droit à une réduction d'impôt de 60% du montant (avec plafonnement), ceux des particuliers à une réduction de 66 % (pour les organismes d'intérêt général).

### COLLECTIVITÉS

Les collectivités publiques ne sont pas directement visées par la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 sur le mécénat mais il est admis qu'un versement à leur profit peut permettre au donateur de bénéficier de l'avantage fiscal.

\* Cf. notre cahier n°13 : <https://projet-s-conseil.com/wp-content/uploads/2024/06/Cahier-Projet-S-13-tiers-lieux.pdf>

# Comprendre le potentiel du mécénat territorial : quelques chiffres clés\*

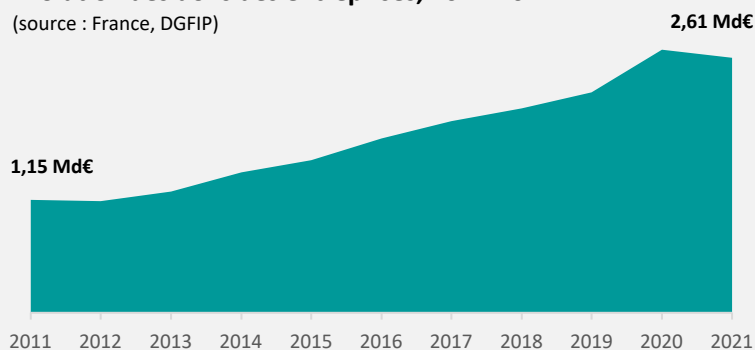
**+ 127%**

**Le mécénat d'entreprises a plus que doublé entre 2011 et 2021.**

Autrefois concentré dans les grands groupes, il s'est progressivement étendu, avec une dynamique forte des PME-TPE (735 M€ de dons en 2021, contre 341 M€ en 2015).

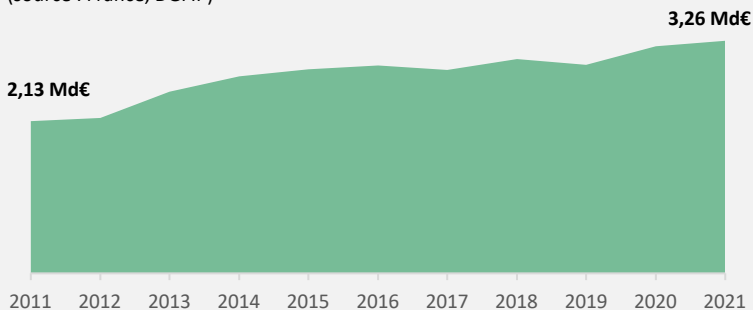
## Évolution des dons des entreprises, 2011-2021

(source : France, DGFiP)



## Évolution des dons des particuliers, 2011-2021

(source : France, DGFiP)



**+ 53%**

**Les dons des particuliers ont crû de 1,13 Md€ entre 2011 et 2021.**

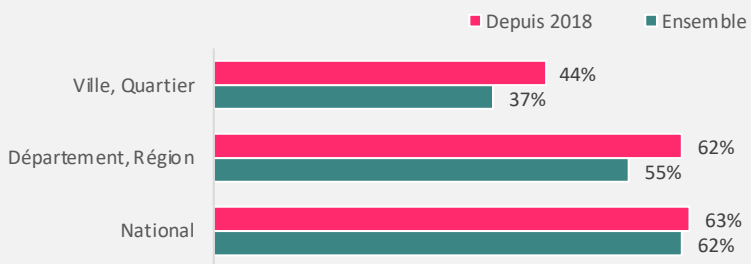
Plus de 5 millions de foyers fiscaux effectuent des dons chaque année – un potentiel encore insuffisamment sollicité et un montant qui devrait donc continuer à augmenter.

**5 388**

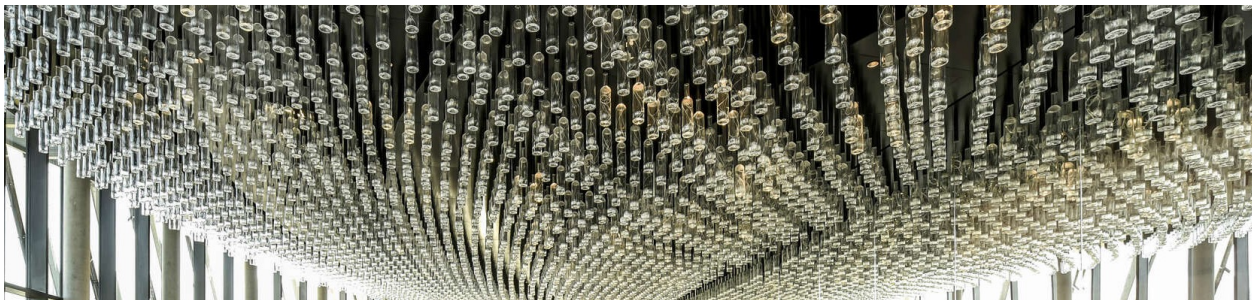
**fondations et fonds de dotation étaient recensés en France en 2022.**

De manière croissante, ces structures philanthropiques interviennent et financent des actions à l'échelle des territoires (région, département ou ville).

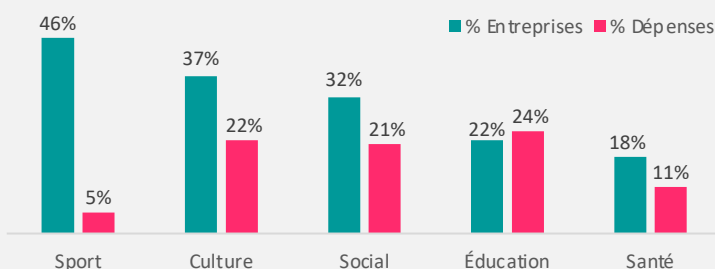
## Échelles d'intervention des fondations et fonds de dotation selon la période de création (source : Fondation de France, 2022)



\* Les données sont essentiellement extraites des documents de la Direction générale des finances publiques, de la Fondation de France et de l'association Admical.



### Répartition des entreprises mécènes et de leurs dépenses par domaine d'intervention (source : Admical, 2022)



# 54%

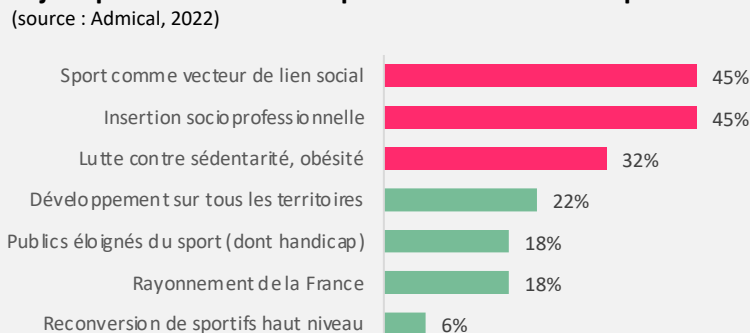
des TPE-PME mécènes financent le sport, ce qui en fait le secteur d'activité soutenu par le plus grand nombre d'entreprises. Il est cependant bien moins soutenu par les ETI (29%) et les grands groupes (20%), ce qui explique qu'il capte une faible part du total des dépenses (5%).

# 61%

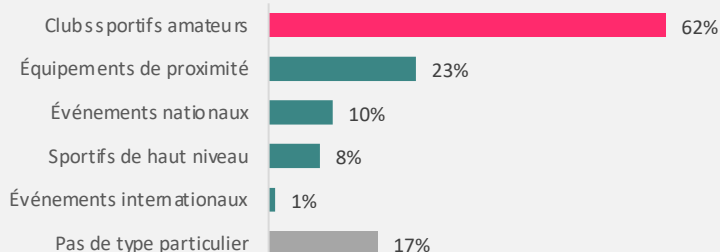
des entreprises mécènes dans le sport estiment que celui-ci a un impact social fort.

Le sport favoriserait l'insertion sociale, le lien intergénérationnel, l'insertion socioprofessionnelle des jeunes et la mixité sociale.

### Enjeux prioritaires des entreprises mécènes dans le sport (source : Admical, 2022)



### Types de projets sportifs soutenus en priorité par les entreprises mécènes (source : Admical, 2022)



# 4,8

projets sportifs sont soutenus en moyenne par les entreprises mécènes sur une année.

64% des entreprises mécènes dans le sport soutiennent au moins 3 projets par an et 23% plus de 10 projets.



# Quelle intégration du mécénat dans une politique sportive territoriale ?

SÉQUENCES	QUESTIONS STRUCTURANTES
<b>1- Vision politique et projet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser un diagnostic partagé avec les autres acteurs du territoire ?</li> <li>• Quels enjeux sportifs privilégier ? Quelle connexion avec d'autres thématiques ? Quelle complémentarité avec d'autres politiques publiques ?</li> <li>• Quels types d'acteurs / projets à soutenir : clubs sportifs, autres acteurs avec une activité sportive, événement, équipement...?</li> <li>• Délimiter le territoire de mise en œuvre (s'il est différent du territoire administratif) ?</li> </ul>
<b>2- Outil de gestion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion directe de la collecte de dons par la collectivité ou création d'une structure dédiée par la collectivité (ou inspirée par elle) ?</li> <li>• Statut de la structure dédiée : fondation (capacité à bénéficier de fonds publics) ou fonds de dotation (statut plus simple mais fonds privés uniquement) ?</li> </ul>
<b>3- Identification des financements</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cibler les entreprises et/ou les particuliers ? Mécénat classique ou participatif (<i>crowdfunding</i>) ? Quelle place pour le mécénat de compétences ?</li> <li>• Privilégier les mécènes existants sur le territoire ou prospecter d'autres entreprises ?</li> </ul>
<b>4- Organisation interne et moyens mobilisés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelles nouvelles compétences nécessaires (dont <i>fundraising</i>) ?</li> <li>• Création d'une cellule dédiée au sein de la collectivité ou « délégation » à une fondation / un fonds de dotation lié à la collectivité ?</li> <li>• Quel budget de fonctionnement (informer, animer, prospecter, communiquer...) ?</li> </ul>
<b>5- Relations avec les parties prenantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelle place des mécènes dans la stratégie de la collectivité ?</li> <li>• Établir un partenariat avec les acteurs de la société civile hors champ sportif : acteurs de l'économie sociale et solidaire, réseaux régionaux et nationaux de mécénat... ?</li> <li>• Quel accompagnement des associations bénéficiaires (structuration dans la durée) ?</li> </ul>
<b>6- Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire de la collectivité un membre fondateur d'une fondation / fonds de dotation ?</li> <li>• Quelle implication des autres collectivités pour mutualiser les ressources et amplifier l'impact des financements / projets sportifs ?</li> </ul>
<b>7- Phase de lancement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un plan d'actions et d'événements pour expliquer la stratégie de financement, se faire connaître des financeurs potentiels, mettre en avant les bénéfices attendus...?</li> <li>• Quel partage de la stratégie au sein de la collectivité (élus, services) ?</li> <li>• Quelle méthode d'identification et de sélection des projets pouvant être financés par le mécénat (appel à projets, sourcing...) ?</li> </ul>

# Impulser en mode collectif



**L'enjeu.** La phase initiale d'une démarche de mécénat est souvent sous-estimée (elle peut prendre plusieurs années) alors qu'elle est pourtant cruciale pour définir une vision du projet intégrant l'ensemble des acteurs concernés, créer un sentiment d'appropriation collective et sélectionner les actions qui devront être financées.

## Trois pistes pour les politiques sportives de demain :

1. Structurer des diagnostics locaux en s'appuyant sur l'expertise et les connaissances de terrain des futures parties prenantes (associations, entreprises...).
2. Identifier des besoins prioritaires pouvant susciter l'intérêt de futurs financeurs : mécènes existants, entreprises encore peu engagées dans le sport, particuliers...
3. Élaborer des premiers projets « test » pour affiner leur viabilité économique.



© ANAKA - Cité du Vin - GEDEON Programmes

## CITÉ DU VIN DE BORDEAUX : UN MODÈLE PUBLIC/PRIVÉ D'INVESTISSEMENT PAR LE MÉCÉNAT

La construction de la Cité du Vin à Bordeaux n'a été possible que par un effort conjoint de la ville et d'entreprises régionales. Un fonds de dotation a vu le jour en 2011, dont la ville de Bordeaux était membre fondateur. Son objet premier était de collecter des fonds, de les capitaliser et de les redistribuer à la ville, maître d'ouvrage, qui les affectait exclusivement à la construction d'espaces culturels et non lucratifs du bâtiment. La Cité du Vin a ouvert en 2016 mais le fonds a perduré pour soutenir d'éventuels nouveaux investissements, ainsi que pour financer des actions de la Fondation d'utilité publique de la Cité du Vin, créée en 2014, et qui, elle, assure l'exploitation du lieu. Les mécènes du fonds de dotation sont dans leur plus grande partie des entreprises liées à l'activité du vin (domaines viticoles, maisons de négoce...).

# 21 M€

ont été apportés par les mécènes du fonds de dotation pour la construction de la Cité du vin, soit 26% de l'investissement total (81 M€).

# 2 500 €

est le montant médian donné par les entreprises mécènes dans le sport en France.

## CANNES : UNE FONDATION POUR AIDER LA VILLE À FINANCER DES PROJETS D'ÉDUCATION PAR LE SPORT

La ville de Cannes a créé en 2017 la Fondation Cannes (sous le statut de fondation abritée) avec des mécènes locaux, dans le but de soutenir des projets d'intérêt commun (éducation, culture, environnement, santé). Parmi ceux-ci, des projets sportifs « à vocation éducative » permettent à des jeunes d'assimiler les valeurs du sport et de les intégrer dans leur parcours éducatif. La fondation a ainsi soutenu une traversée du Mercantour par des collégiens de classes prioritaires (avec une préparation tout au long de l'année scolaire) ou l'organisation de stages de vacances avec les clubs de volleyball. En 2023, elle a reversé au total 145 000 €, dont 30 000 € pour des actions en lien avec le sport.

# Tester de nouveaux projets



**L'enjeu.** Le mécénat, par ses financements alternatifs, plus souples, peut être un outil d'innovation sociale pour les collectivités territoriales, un laboratoire de politiques publiques. Les projets qu'il soutient sont plus naturellement conçus en fonction des spécificités du terrain, et peuvent être affinés en fonction de retours tangibles.

### Trois pistes pour les politiques sportives de demain :

1. Utiliser le mécénat pour redistribuer en priorité aux associations les plus utiles (= capables d'apporter des réponses aux besoins locaux encore non satisfaits).
2. Prendre des risques pour soutenir des projets originaux ou à fort potentiel, capables d'être ensuite repris par les pouvoirs publics et d'inspirer de futures politiques.
3. Muscler l'accompagnement des porteurs de projets (formation, incubateur, etc.).

# 41%

des entreprises mécènes dans la santé, le social et l'éducation incluent des activités sportives dans les projets qu'elles soutiennent.

### FONDATION « FIER DE NOS QUARTIERS » (LA ROCHELLE) : AIDER LES PROJETS DANS LES QUARTIERS PRIORITAIRES

La fondation « Fier de nos quartiers » a été créée en 2011 par des chefs d'entreprise de La Rochelle pour soutenir les associations du quartier Villeneuve-Salines. En 2016, à la demande du maire, elle a élargi ses actions à tous les quartiers prioritaires de la ville. Soutenu aussi par l'agglomération et la région, elle s'est structurée (recrutement d'un directeur délégué), a élargi son réseau à une vingtaine de mécènes et a fait passer son budget annuel à 100 000 €. Elle souhaite accompagner 50 initiatives par an d'ici 2026 (20 en 2021), avec des appels à projets qui incluent la thématique de l'insertion par le sport. La fondation a ainsi soutenu la création d'une section féminine au LR-Villeneuve Football Club et l'organisation de la West Side Battle, événement international de breakdance.

### MUSÉE DE SARS-POTERIES : UNE SOUSCRIPTION PUBLIQUE POUR VALIDER LE SOUTIEN À UNE « PETITE » STRUCTURE

En 2011, le Conseil départemental du Nord a lancé une souscription publique ouverte aux particuliers et aux entreprises pour l'achat d'une robe de verre monumentale destinée à intégrer la collection du musée-atelier du verre du village de Sars-Poteries (1 420 hab.). L'opération a été une réussite (collecte des 115 000 € nécessaires en 4 mois) grâce à une stratégie de mobilisation jouant sur l'affect des donateurs potentiels (projet ambitieux pour le territoire, imaginaire de l'art) et se concentrant sur un public local et régional. Pour le Département, l'opération a aussi servi à vérifier l'attachement de la population à un « petit » équipement du territoire, le musée de Sars-Poteries, avant de valider une importante décision d'investissement public en sa faveur (construction d'un nouveau bâtiment).

# 322

particuliers ont participé à l'achat de la robe de verre de l'artiste américaine Karen LaMonte pour le compte du musée de Sars-Poteries (don moyen de 97 €) ainsi que 21 entreprises locales et régionales.

# Apprendre à travailler ensemble

**L'enjeu.** Dans un contexte incertain, la capacité d'agir collectivement constitue un atout majeur pour accompagner les transitions en cours et en tirer parti. Les projets de mécénat offrent à cet égard un catalyseur unique pour mobiliser une grande diversité d'acteurs, de manière transversale, au service de leur territoire.

## Trois pistes pour les politiques sportives de demain :

1. Renouveler la relation entre collectivités et monde économique (dialogue, prise en compte des attentes, place accordée dans la conduite des projets...).
2. Favoriser de nouvelles coopérations entre donateurs, acteurs publics et associations dans le but de créer un écosystème sportif territorial plus dynamique.
3. Rapprocher les différents niveaux de collectivités autour de projets de mécénat.

© Fondation territoriale Loire-Atlantique

## FONDATION DE LILLE : LA STRUCTURE PIONNIÈRE QUI RASSEMBLE COLLECTIVITÉS TERRITORIALES ET ENTREPRISES

La Fondation de Lille a initié le mouvement des « fondations territoriales » en France. Créée en 1997, à la demande de la Région, elle travaille en lien étroit avec les autres collectivités locales. Dotée d'un budget de 0,9 M€, elle soutient des projets multi-causes, joue le rôle de fondation abritante et encourage les coopérations entre acteurs locaux (par exemple, la coordination de projets portés par plusieurs petites associations, apportant aux collectivités un interlocuteur unique en termes de gestion et de financement). Dans le cadre de son appel à projets Festival des Solidarités Internationales 2023, la Fondation de Lille a financé des actions sur la thématique sport et solidarité internationale.

## Fondation territoriale

L'appellation « Fondation territoriale » n'est pas un statut juridique. Elle regroupe les fondations ou fonds de dotation qui revendiquent une action ancrée sur un territoire (quartier, ville, région...) et structurant un « circuit court du don », entre acteurs publics, entreprises et associations.

# 76%

des entreprises mécènes financent des projets à l'échelle locale ou régionale, contre 36% à l'échelle nationale.

## LOIRE-ATLANTIQUE : UNE FONDATION POUR RAPPROCHER ACTEURS PUBLICS, ÉCONOMIQUES ET ASSOCIATIFS

Créée en 2022, la Fondation territoriale de Loire-Atlantique a un statut de fondation abritée par la Fondation de Lille et ses membres fondateurs réunissent entreprises, acteurs de l'économie sociale et solidaire et trois collectivités territoriales (Département, Ville et Métropole de Nantes). Sa vocation est de réduire les inégalités locales mais elle se positionne aussi plus largement comme le « maillon manquant » pour développer le mécénat sur son territoire, en connectant les mondes public, associatif et économique, en valorisant leur complémentarité et en cassant les fonctionnements en silo. Avec un budget provenant à 80% du mécénat et 20% de subventions, elle a mis en place un dispositif d'information au mécénat, touchant 150 entreprises et 450 associations, a initié des expérimentations pour favoriser les projets collectifs et a lancé des appels à initiatives, dont un des bénéficiaires est la Maison Sport-Santé du Pornic (association Le Poulp').

# Repenser son organisation

**L'enjeu.** L'engagement des collectivités locales dans une démarche de mécénat pose la question de leur organisation, elle-même conditionnée par leur positionnement stratégique (à quoi doit servir le mécénat ?) et le besoin d'investir pour solliciter efficacement les donateurs (outils dédiés, moyens humains et matériels...).

## Trois pistes pour les politiques sportives de demain :

1. Quel outil au service du projet de mécénat : gestion directe par la collectivité ou création d'une fondation / d'un fonds de dotation ?
2. Quels moyens (poste ou cellule dédiée) et quelles compétences en interne ?
3. Quelle organisation dans les services : rattachement à une thématique (ex. sport) ou approche transversale (lien avec plusieurs directions) ?



## 353 565 €

de dons numériques et en nature ont été collectés par Reims Mécénat en 2023, provenant des entreprises (118 400 €) et des particuliers (235 165 €).

## VILLE DE REIMS : UNE MISSION POUR DÉVELOPPER ET ANIMER LE RÉSEAU DES MÉCÈNES

La Ville de Reims a créé en 2010 un club de mécènes (200 entreprises) pour s'associer aux projets portés par la collectivité. Il finance par exemple l'opération « Activ'Été », qui organise près de 140 activités sportives et culturelles gratuites pour les jeunes de 7 à 17 ans. Une Mission mécénat a aussi été mise en place au sein des services de la ville avec l'objectif de favoriser la culture du mécénat, d'accompagner les démarches des entreprises et d'assurer la cohérence et la visibilité de leur engagement. La Mission assure par ailleurs l'animation du réseau des mécènes, notamment par des rencontres régulières, et dans le cadre d'une charte éthique définissant les grands principes des relations entre ville et donateurs.

## EUROMÉTROPOLE DE METZ : STRUCTURER ET ÉLARGIR LE CHAMP DU MÉCÉNAT

L'Eurométropole de Metz a structuré sa démarche de mécénat en 2014. Au niveau politique, un conseiller métropolitain délégué au mécénat a été nommé tandis qu'un poste de chargé du mécénat était créé dans les services, à l'époque exclusivement dans le cadre de projets culturels. Des premières collectes de dons ont été menées ainsi que des événements d'information. D'autres services métropolitains se sont alors emparés du sujet et la Mission mécénat s'est aussi rapprochée de la direction de l'Attractivité et du développement économique pour mieux connaître les entreprises du territoire. Elle est désormais rattachée à la Direction générale adjointe Stratégie, Transitions écologiques et numériques. En 2018, un outil dédié a été créé, le fonds de dotation Metz Mécènes Solidaires, avec la ville et d'autres acteurs locaux (80 entreprises mécènes aujourd'hui).

## 21%

des entreprises mécènes qui ne financent pas le sport pourraient être intéressées par des projets hybrides mêlant le sport à d'autres domaines (social, santé...).



## Cahiers PROJET S

---

Les cahiers PROJET S analysent les transformations en cours dans le sport français, étudient les projets récents réalisés en France et à l'étranger et proposent un regard prospectif sur la base des tendances observées dans le secteur sportif et son environnement (évolutions sociétales, politiques publiques, économie et innovation, aménagement urbain...).

Retrouvez les prochains cahiers de PROJET S sur : [www.projet-s-conseil.com](http://www.projet-s-conseil.com)

Pierre Messerlin, Directeur de Projet S Conseil  
Email : [pierre.messerlin@projet-s-conseil.com](mailto:pierre.messerlin@projet-s-conseil.com)

La société PROJET S Conseil accompagne les acteurs territoriaux et nationaux dans la conception et la réalisation de leurs projets structurants dans le sport : grands équipements et complexes sportifs, événements, politiques territoriales, projets de club...