

RENCONTRES ASSOCIATIVES

JEUDI 5 FÉVRIER 2026

9H-16H

Stade Marie Marvingt - Le Mans

En partenariat avec

TABLE RONDE Mécénat et communication



**Véronique
GUILLET BORDE**

Déléguee générale Fondation
Banque Populaire



Yann DESDOUETS

Délégué général Fondation
de France Grand Ouest



Fanny LEPOIVRE

Déléguée générale Fondation
Territoriale de Loire Atlantique

Animation :

- **Matthieu FOUQUERON**

Expert-Comptable et membre de la commission
secteur non-marchand

Témoignage :

- **Samir TINE**

Directeur – Association l'Esprit de Barbara





LA FONDATION BANQUE POPULAIRE ET CREDIT MARITIME GRAND OUEST



La Fondation d'Entreprise qui rayonne au service de ses territoires sur terre, mer et littoral dans le Grand Ouest

La Fondation Banque Populaire et Crédit Maritime Grand Ouest a pour mission de soutenir et valoriser les initiatives citoyennes solidaires et les initiatives maritimes des associations qui portent des projets sur les **12 départements** qui composent le territoire du Grand Ouest.

Nos domaines d'intervention : **Inclusion**, **Environnement-Biodiversité-Climat**, **la Culture et le Patrimoine**, **la Recherche** à travers son appel à projet et le **Maritime**.



Une organisation autour des Comités Départementaux, des commissions Grands Mécénats, de l'appel à projet Recherche et de notre **fonds de dotation** qui permet à un couple association et Entreprise de soutenir un projet grâce au **dispositif x3**.

Une équité sur tout le territoire pour les différents projets.

Devenir un interlocuteur privilégié des acteurs du territoire et découvrir par la prospection les projets à soutenir (les collectivités locales, les chambres consulaires, les universités ...).



Retrouver le goût d'apprendre et l'est...

Lancement d'un atelier traiteur solidaire ! ❤️
Imaginez un enfant qui, après des années de doutes, découvre enfin le plaisir d'apprendre en...

3585 € Dons collectés



Afficher



L'équipage extraordinaire ! (50)

🌊 🗺️ Là où les différences deviennent des horizons pour vivre la Route du Rhum 2026 🚣
🇫🇷

18 345 € Dons collectés



Afficher



Ensemble, faisons tomber les barrières...

🌍 🏆 Notre ambition : offrir aux joueuses les mêmes opportunités que leurs homologues masculins et faire du football un vecteur...

1410 € Dons collectés



Afficher

Retrouver le goût d'apprendre et l'estime de soi

x3 VOTRE DON EST MULTIPLIÉ

FAITES UN DON SUR : www.fondsdedotation.bpgp.fr

Retrouver le goût d'apprendre et l'estime de soi

DONS x3 COLLECTE SUR

www.fondsdedotation.bpgp.fr





Les différentes sources de financement d'une asso

Mécénat financier

Mécénat en nature

Mécénat de compétences

crowdfunding

Dons particuliers

Legs et donations

Cotisations

Grands donateurs

Subventions publiques

Fonds européens

Sponsoring

Prêt bancaires, cigales ...

Prestations

Taxe d'apprentissage



Pourquoi mon organisation veut-elle développer une stratégie de

mécénat ?

Co-financements indépendance

**Développer ses
ressources**

Dilution du risque

survie

pérennité

croissance

moyens

projets

**Développer sa
mission**

Impacts

notoriété

image

**Développer sa
notoriété**

Sensibilisation

engager

impliquer

**Développer des
liens**

accompagner



Qu'est-ce qu'un mécène ?

QUI COLLECTE. QUI DONNE / RE-DISTRIBUE ?



COLLECTEURS

- Fondations et fonds de dotation
- Associations
- Universités
- Hôpitaux
- Collectivités territoriales

MECENES

- Fondations et fonds de dotation (familiales, d'entreprises, territoriales)
- TPE
- PME
- ETI
- GE



Quand 96 % des entreprises mécènes en France sont des MIC et des PME, les ETI représentent le plus gros potentiel de développement

L'évolution des dons par catégorie d'entreprise

Les **TPE et PME** représentent près de **97 %** des mécènes mais seulement **33 %** du budget de mécénat.

Les volumes des dons déclarés par les **PME** et les **ETI** sont presque similaires alors que les ETI sont moins nombreuses que les PME parmi les mécènes.



Type de mécénat que pratiquent les entreprises en 2024



Les motivations des mécènes

» Les motivations à faire du mécénat

Au-delà du souhait de **contribuer à l'intérêt général**, de **soutenir l'innovation sociale** ou de **bénéficier de la réduction d'impôt**, deux raisons motivent principalement les entreprises : l'incarnation des valeurs et l'ancrage territorial. L'enjeu réputationnel conserve une place importante.

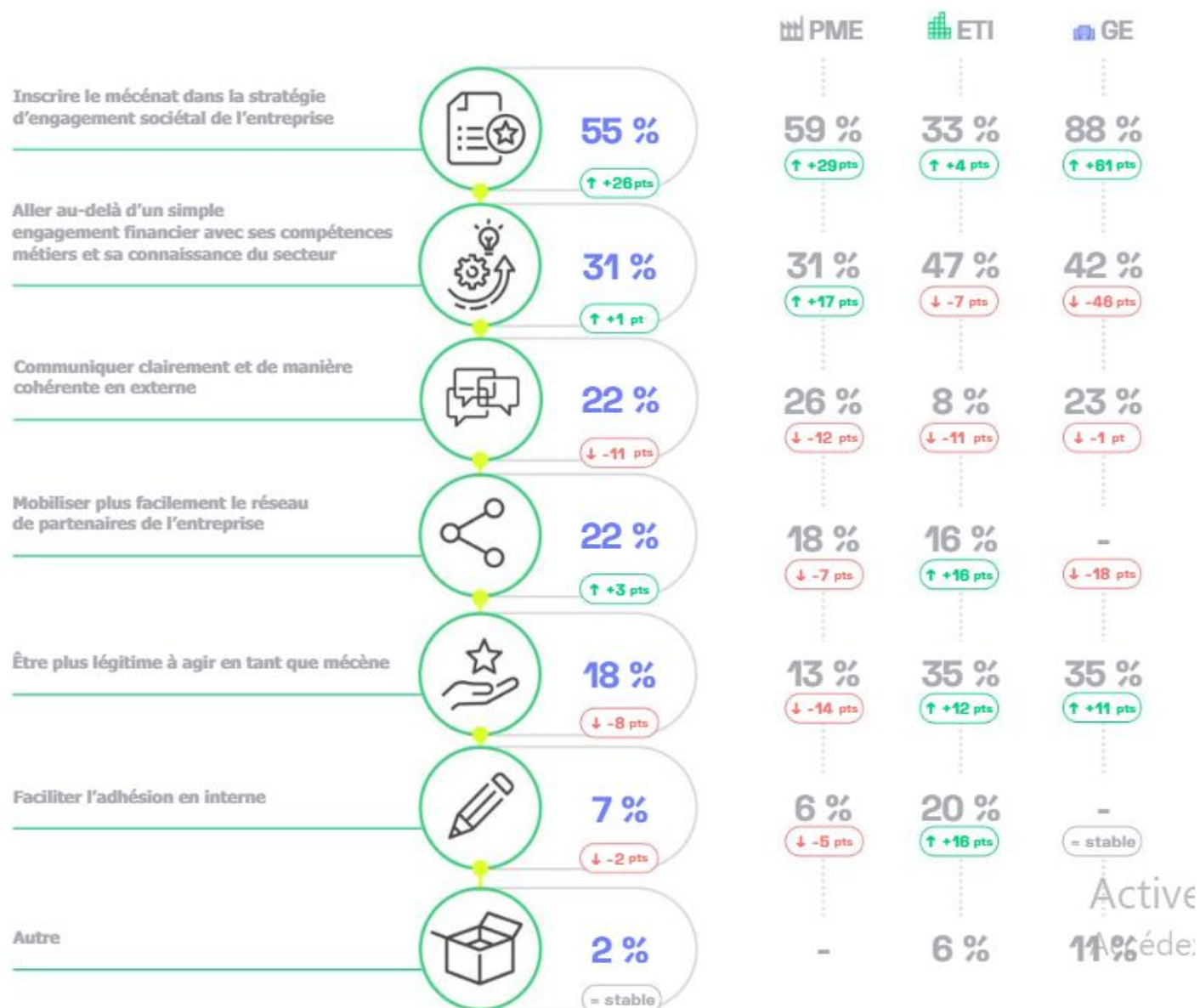




» Les raisons du lien entre l'activité de l'entreprise et les domaines d'intervention



Pour les entreprises dont le mécénat est en lien avec l'activité de l'entreprise, cela contribue avant tout à la cohérence de leur engagement sociétal.



LA COHÉRENCE CIBLE / ASSOCIATION



Enfant = éducation

vertbaudet
les enfants d'abord !



» Les priorités stratégiques des mécènes

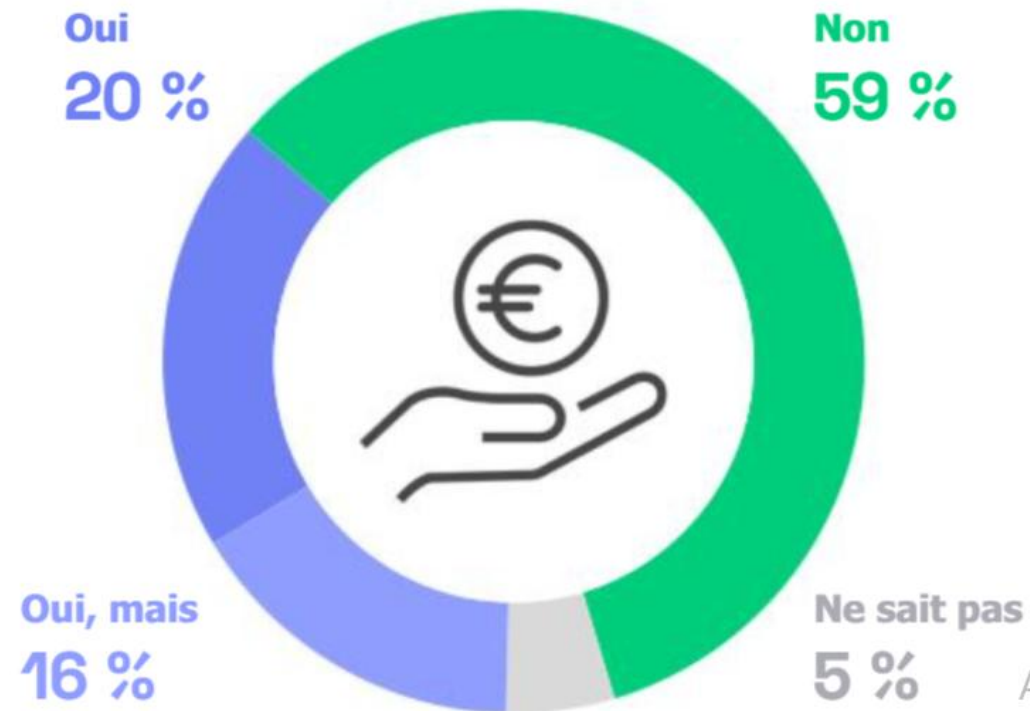
À l'avenir, les entreprises mécènes souhaitent surtout renforcer leur communication auprès de leurs partenaires, et 1 mécène sur 5 se déclare intéressé par le mécénat de compétences.

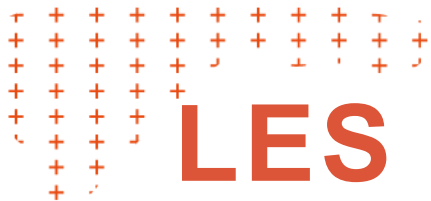


Une tendance large à ne pas financer les frais de fonctionnement

- Oui, pour le fonctionnement de la structure dans son ensemble
- Oui, mais par projet : les frais de fonctionnement sont calculés et intégrés aux budgets des différents projets
- Non, vous privilégiez le financement des projets
- Vous ne savez pas

Ensemble des mécènes





LES ETAPES CLES POUR SE LANCER DANS LE MECENAT



1. se connaître
2. Identifier ses besoins
3. Définir son objectif de collecte
4. Construire sa plateforme de discours
5. Mettre à jour ses outils de communication et constituer sa boîte à outils
6. Élaborer son plan d'actions
7. Cibler et être en veille constante
8. Aller à la rencontre, créer du lien avec vos futurs mécènes
9. Entretenir le lien, faire participer le mécène à la vie de l'asso





LA BOITE A OUTILS DU FUNDRAISER



- Une fiche d'identité : VMV et un projet associatif
- Une plateforme de discours
- Des fiches projets pour chaque projet avec un budget
- Pitch ascenseur : comment présenter sa structure et son projet en 1 et 3 minute(s)
- Une présentation PPT / dossier de mécénat
- Un site internet avec un message simple et clair
- Une page LinkedIn
- Outil de suivi de prospection simple
- Modèle de convention
- Une charte du mécénat ou au moins un cadre éthique défini et validé





LES FACTEURS CLES DE SUCCES

- Du temps et de l'énergie
- L'implication des dirigeants, membres du CA, fondateurs
- des compétences commerciales : avoir le sens de la négociation
- Entre en constante veille et à l'écoute
- Informer toutes les parties prenantes de cette démarche
- Des projets, si possible innovants, de qualité et utiles
- Un site internet avec des messages simples, clairs mais aussi des témoignages
- Des actions de communication déjà mises en place afin de créer du lien, raconter son histoire, et fidéliser sa communauté
- Se fixer des objectifs SMART :
Spécifique (clairement identifiés),
Mesurable (combien ?), Ambitieux
mais Réaliste et Temporellement défini

