

Le mécénat de compétences, un atout rare pour un monde associatif à la peine

Ce « don de salariés » par des entreprises profite souvent aux plus grosses structures

Philippe Lestang, président de l'association Les Amis du chaudron, qui gère à la fois une coopérative alimentaire, une ressourcerie et un café participatif au Chesnay-Rocquencourt, dans les Yvelines, est un homme heureux. Depuis janvier, il accueille en mécénat de compétences Philippe Demy, mis à disposition de l'association par son entreprise, Allianz Technology, pour deux ans. « C'est une formidable opportunité pour notre petite association de cinq salariés, car nous bénéficions de sa compétence et de son expérience acquise en entreprise sans avoir à en supporter le coût », déclare Philippe Lestang.

En effet, c'est l'entreprise de Philippe Demy qui lui verse sa rémunération. Il continue à bénéficier de ses congés et des avantages (mutuelle...) de sa société. En contrepartie, celle-ci bénéficie d'une réduction d'impôts de 60 % du salaire chargé.

Un dispositif de transfert de compétences ainsi que de charge financière appréciable, à l'heure où le monde associatif est en

grande difficulté. « Le secteur souffre plus que jamais du désengagement de l'Etat, explique Jean-Michel Pasquier, fondateur de Koeo, plateforme qui accompagne entreprises et structures d'intérêt général dans le mécénat de compétences. Des plans sociaux touchent de grandes associations telles que les Apprentis d'Auteuil ou le Secours catholique, et ce n'est pas fini. Dans ce contexte, le mécénat de compétences a toute sa place pour amortir le choc. »

La très grande majorité de ces missions sont de courte durée. D'après le baromètre Admical 2024, les entreprises mécènes accordent, en moyenne, entre un et cinq jours par an à leurs salariés volontaires. Une formule longue, allant de douze à trente-six mois, s'adresse à deux types de profil : les salariés en fin de carrière, pour assurer une transition en douceur vers la retraite, ou ceux souhaitant une « respiration » dans leur parcours.

« Démarche proactive »

Philippe Demy, 60 ans, fait partie de la première catégorie. « J'ai choisi cette formule dans le cadre d'un plan senior mis en place dans mon entreprise. Effectuer une mission sociale et solidaire donne du sens à mon travail. Une façon de repartir avec des balles neuves », dit-il. A la fin de sa mission, dans deux ans, il pourra partir à la retraite à taux plein, car il bénéficie d'une carrière longue, « mais [il] [a] bien l'intention de continuer en tant que bénévole ».

« Le mécénat de compétences est un renfort très intéressant, explique Fabrice Gourhan, responsable du pôle bénévolat des Restos du cœur. Toutes les durées nous intéressent. Nous sommes dans une démarche proactive et à l'affût notamment des plans sociaux des entreprises. En proposant du mécénat de compétences, celles-ci amé-

« La relation entreprise-association est asymétrique, car il existe un rapport de pouvoir »

MATHILDE RENAULT-TINACCI
sociologue

liorent leur image. » Les Restos du cœur – 600 salariés, 108 000 bénévoles dont 78 000 réguliers – accueillent actuellement 210 personnes en mécénat de compétences, pour des missions allant de trois à trente-six mois ; 40 % sont à temps plein, 30 % à mi-temps et le reste à moins d'un mi-temps.

Le Centre Athéna 78, association pour l'éveil à la citoyenneté des enfants et adolescents, accueille des salariés en mécénat de compétences depuis deux ans, à raison d'environ cinq par an. « Le dispositif est très enrichissant, car il apporte un regard extérieur et il permet aussi d'avoir des contacts pour ouvrir d'autres portes », explique Gabrielle Lespagnol, directrice de l'association.

Le partenariat entreprise-association est-il toujours gagnant-gagnant ? Mathilde Renault-Tinacci, chercheuse associée au centre de recherche sur les liens sociaux (Cerlis)/CNRS à l'université Paris Cité et chargée de recherche à l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire, apporte quelques bémols : « Le mécénat de compétences renforce les inégalités dans le monde associatif. Les associations les plus structurées et les plus connues sont les mieux servies. De plus, le choix des thèmes se fait sur des sujets consensuels, mais peu sur des sujets militants. » D'autre part, estime la sociologue,

« la relation entreprise-association est asymétrique, car il existe un rapport de pouvoir. Parfois, les associations subissent ce mécénat, car les entreprises posent leurs conditions et elles peuvent mettre les associations en concurrence. L'association doit être actrice et pas seulement demandeuse ».

C'est pour éviter cet écueil que Jean-Michel Pasquier affirme partir, non pas de l'entreprise, mais du profil de salarié (sa motivation, son histoire, ses compétences personnelles et professionnelles...). « Il faut éviter que l'entreprise ramène tout à elle », précise-t-il. « Il fut un temps où certaines entreprises pouvaient utiliser le dispositif pour se débarrasser de personnes qui les encombraient, celles peu productives ou ingérables, par exemple, reconnaît Fabrice Gourhan. Mais ce temps est révolu. Désormais, nous osons dire non aux entreprises qui viennent pour de mauvaises raisons. »

Pour une bonne intégration de ces salariés venus de l'entreprise, la préparation est déterminante. L'intégration est d'autant plus simple que, désormais, « les deux mondes sont poreux, souligne Jean-Michel Pasquier. Les besoins et les expertises se recoupent. L'entreprise n'est plus vue comme le grand méchant loup. Le mécénat de compétences nourrit la montée en compétences des associations. »

Cependant, d'après Mathilde Renault-Tinacci, « les associations peuvent souffrir d'un sentiment d'infériorité. Elles se sentent moins légitimes, car les compétences mises en avant dans les entreprises – qu'elles soient techniques, de gestion ou de management – sont socialement plus valorisées que celles du « care » et de l'accompagnement social ». Pourtant, la sociologue en est convaincue : « Les associations ont autant à apporter aux entreprises que l'inverse. » ■

MYRIAM DUBERTRAND

LES CHIFFRES

9 %

C'est la proportion d'entreprises mécènes, d'après le baromètre du mécénat d'entreprise Admical/Alliance pour le mécénat de compétences 2024.

60 %

C'est le pourcentage d'entreprises qui font du mécénat de compétences pour améliorer leur marque employeur ; 54 % le font pour fédérer autour d'un projet de RSE.