

Étude Admical

« Les Français et le Mécénat des entreprises et des entrepreneurs »

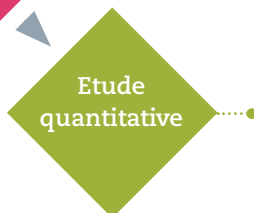
Une première **phase qualitative** pour recueillir les perceptions spontanées associées au mécénat



2 FOCUS GROUPE

Pour réunir des images et verbatims associés à la société, à l'intérêt général, à l'engagement, au mécénat.

Suivie par un questionnaire en ligne pour apporter des **données quantifiables**.



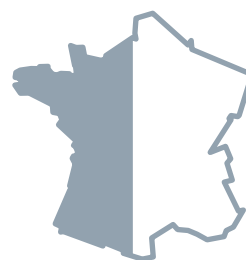
UN SONDAGE AUPRÈS D'UN ÉCHANTILLON DE 1006 INDIVIDUS REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

Pour évaluer la notoriété et la perception du mécénat, son impact sur l'image des entreprises et des entrepreneurs, et les attentes pour l'avenir dans ce domaine.

Chiffres Clés



Plus de 6 Français sur 10 (61%) pensent que le mécénat est un mode de soutien important... et 1/3 qu'il sera amené à l'être de plus en plus

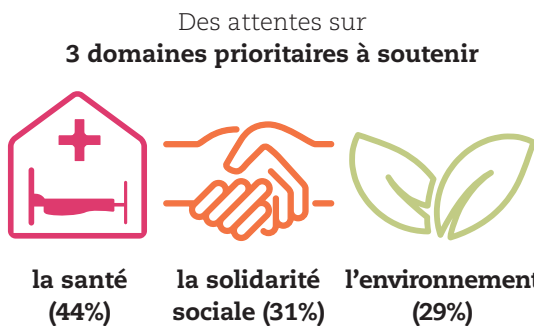


Près de la moitié des Français

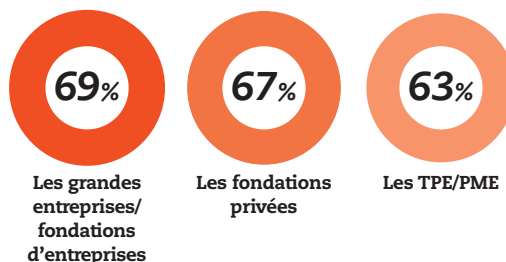
estime que c'est le rôle des Pouvoirs Publics d'encourager le développement du mécénat.

84%

de la population a déjà entendu parler du mécénat



Une forte légitimité est accordée à l'ensemble des mécènes

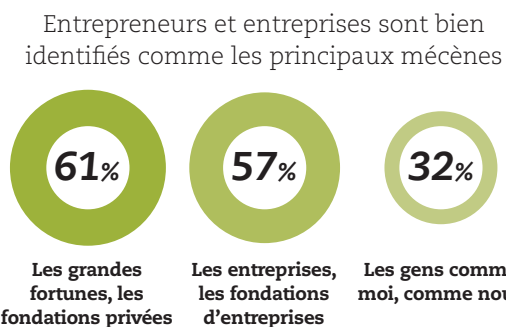


72%

des Français adhèrent à l'idée du mécénat comme soutien complémentaire à l'action des Pouvoirs Publics pour des projets d'intérêt général

84%

des Français ont une bonne opinion des entreprises mécènes



La population attend principalement des Pouvoirs Publics qu'ils encouragent le développement des fondations territoriales (51%) et qu'ils informent davantage sur les pratiques du mécénat (51%)

LES VALEURS ASSOCIÉES AU MÉCÉNAT

Engagement, transmission, innovation, partage, création, civisme, passion