



« Le mécénat d'entreprises, les conditions de réussite »

Introduction par Céline Biennassis, responsable DLA

Avec plus de **61 milliards d'euros de budget**, **12 millions de bénévoles** et **8% des emplois en France**, le secteur associatif est un acteur sociétal et économique incontournable.

Il connaît actuellement de profondes mutations auxquelles les associations sont confrontées. C'est pourquoi **le DLA et le CRIB** se sont associés pour organiser cette conférence sur les conditions de réussite du mécénat qui peut être un moyen pour adopter une démarche stratégique, fixer des axes de développement ou optimiser les moyens d'action du secteur associatif.

La dernière enquête menée par **l'Admical** (association pour le développement du

mécénat industriel et commercial) et le CSA confirme la montée en puissance du mécénat.

En 2008, plus d'une entreprise sur cinq fait du mécénat et les ¾ d'entre elles sont des PME. Quant aux domaines soutenus en priorité, la solidarité et la culture arrivent en tête.

Les résultats détaillés de cette étude sont disponibles sur le site de l'Admical :



<http://www.admical.org/>.

Vous y retrouverez également une offre de formation pour les porteurs de projets de deux jours pour optimiser la recherche de partenariat et professionnaliser les démarches !

Ainsi après une longue période de retard, la France s'est dotée d'un système juridique et fiscal incitatif en matière de mécénat.

Céline Biennassis annonce la présence de **Maitre Paponnet du cabinet BGP Conseil** qui en dira plus sur la notion de mécénat.

Une fois armés sur toutes les mesures juridiques et fiscales encadrant le mécénat, ce sera le moment d'aborder la stratégie de recherche de mécènes et le processus de montage du partenariat par l'intervention de **Frédéric Adam, responsable marketing et partenariat de l'association des Eurockéennes** qui fera part de son expérience.



Maître Damien Paponnet, Responsable cabinet BGP Conseil

Damien Paponnet commence son intervention en énonçant les définitions du mécénat et du parrainage.

Le **mécénat** est un « soutien matériel apporté **sans contrepartie directe** de la part du bénéficiaire à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ». La personne qui apporte un tel soutien est désignée par le mot « mécène ». Le **parrainage** (ou sponsoring) est un « soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en requérir **un bénéfice direct** ». La personne qui apporte un tel soutien est désignée par le mot « parraineur », « parrain » n'étant pas recommandé dans ce sens. Ces termes remplacent les mots de « sponsoring » et « sponsor ».

La césure fiscale entre les concepts de mécénat et de

parrainage se situe dans l'augmentation de la valeur du bien de 1 à 4 :
< 25 : mécénat ;
> 25 : parrainage.

Maître Paponnet rappelle ensuite que toutes les associations déclarées et publiées peuvent bénéficier de « **dons manuels** ». Le don manuel étant une donation ayant pour objet un bien pouvant être remis de la main à la main (tradition réelle).

Par contre certaines associations reconnues d'utilité publique, culturelles, ayant pour objet exclusif l'assistance, la bienfaisance, la recherche scientifique ou médicale, ou soumises au droit local d'Alsace Moselle peuvent percevoir des « **donations** » ou des « **legs** ».

Une donation doit être faite devant un notaire et représente toute autre libéralité qu'un don manuel. Un legs quant à lui, résulte d'un testament lors du décès du donateur.

Le **contrat de mécénat** n'est pas obligatoire mais est fortement conseillé. Il n'existe pas de contrat type mais dans celui-ci on doit y retrouver :

- Le projet aidé ;
- L'objet du partenariat (motivation des deux partenaires, principe d'organisation du projet,...) ;
- L'obligation du parraineur ou du mécène (soutien financier, mise à disposition de matériel, de locaux...);
- L'obligation de l'association parrainée (réalisation du projet, retombée attendu, contrepartie éventuelle, non concurrence...);
- Autres clauses : droit intellectuel, durée de la convention, assurance, résiliation du contrat, litige...

Le mécénat est encadré par la loi Aillagon du 1^{er} Août 2003 qui a eu un impact incitatif sur les avantages fiscaux pour les particuliers et les entreprises mécènes.

Il est impératif de contacter le correspondant à la vie associative de la direction des services fiscaux de Belfort afin d'éviter tout problème avec elle en cas de contrôle, car le risque s'élève à hauteur de 25% des dons perçus.



Réduction d'impôts pour les particuliers :

- 75 % du montant du versement, dans la limite de 510 € (impôt sur le revenu 2009), si versement à un organisme qui procède à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribue à favoriser leur logement ou qui procède, à titre principal, à la fourniture gratuite de soins à des personnes en difficulté ;

- 66 % pour le versement aux autres organismes, dans la limite de 20 % du revenu imposable (excédent reportable).

Réduction d'impôts pour les entreprises : Réduction d'impôt égale à 60 % des sommes versées ; Retenue dans la limite de 5 ‰ du chiffre d'affaires.

Organismes susceptibles d'établir des reçus fiscaux :

- Les établissements d'enseignement supérieur ou artistique ;

- Les fondations universitaires ou partenariales ;

- Les fondations d'entreprises ;

- Les associations culturelles ou de bienfaisance ;

- Les organismes ayant pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques ;

Et surtout les organismes **d'intérêt général** dès lors qu'ils présentent un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourent à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises.

La notion d'intérêt général est importante et est vue de manière restrictive. Elle concerne une activité non lucrative au sens fiscal du terme (instruction du 15/09/1998). Toute activité soumise aux impôts commerciaux n'est pas d'intérêt général et n'est donc pas éligible aux dons. Elle concerne également toute activité ayant une gestion désintéressée, une bonne gouvernance et toute association qui ne

restreint pas ses activités uniquement à ses membres.

Les **dons** (dons en espèces, cotisations, frais exposés par les bénévoles, dons en nature -œuvres d'art, meubles, matériel informatique, équipement sportif...-, abandon de revenus ou de produits) ouvrent droit à réduction d'impôt sur le revenu.

Les dons (dons en espèces, abandons de revenus produits, dons en nature : matériel (véhicule, ordinateur, mobilier...), de stocks (marchandises, équipement...), prestations de services, mise à disposition de compétences) ouvrent droit à réduction d'impôts pour les professionnels.

Maître Paponnet termine son exposé en évoquant le **fonds de dotation** qui est une structure juridique nouvelle. Il peut être opérationnel pour exercer une activité ou de distribution pour collecter les sommes et les reverser. C'est une structure juridique qui nécessite une vie propre et un fonctionnement précis. L'administration fiscale découvre ce fonds et tâtonne encore pour le moment.



Frédéric Adam, responsable marketing et partenariat de l'association des Eurockéennes.

Frédéric Adam débute son intervention en présentant son employeur, l'association Territoire de musiques qui organise les Eurockéennes. Il présente l'historique, le fonctionnement de cette association, le budget ainsi que les conséquences positives du mécénat dans leur organisation. Cf. Powerpoint joint.

L'association **Territoire de Musique** a été créée par le Conseil général du Territoire de Belfort. A sa création, elle ne bénéficiait pas de mécénat. Puis peu à peu, l'association a ouvert son projet au monde de l'entreprise. L'association a 85% d'autofinancement et bénéficie de 15% de subvention. Ensuite Frédéric

Adam a abordé la stratégie de recherche de mécènes. Capter les entreprises n'est pas chose facile, il faut trouver le projet original dans lequel elle va se retrouver ainsi que ses salariés et ses clients. Le mécénat valorise l'image institutionnelle de l'entreprise et lui permet d'affirmer son métier en se plaçant généralement sur des actions complémentaires.

Il représente également un outil de relation publique, crée du lien social, fédère et implique le personnel autour d'une action. Le mécénat permet un vrai travail sur son association. Il permet de réactualiser constamment son projet associatif. L'entreprise permet de faire progresser l'association dans la méthode, on est dans une relation gagnant – gagnant. Par contre il faut bien **cibler**

les entreprises et s'appuyer pour le faire sur des acteurs comme la CCI, la CMA, Admical, le CRIB ou éventuellement le DLA. Il faut s'appuyer également sur des entreprises déjà mécènes, mais très prisées.

Dans tous les cas, toute entreprise peut être mécène sans exception. Une fois les entreprises ciblées, il faut réaliser un **dossier complet**.

Ce dossier doit être court, clair et répondre à cinq questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ?

Le dossier doit être clair, innovant. Il doit permettre à l'association de se différencier par rapport à toutes les autres associations qui essaient de capter des fonds issus du mécénat. Il faut marquer les esprits !

QUI ?

Quelle est votre légitimité par rapport au projet ?

- expérience
- savoir-faire, professionnalisme
- antécédents, reconnaissance déjà obtenue

Quelle est votre notoriété?

- de la structure qui porte le projet
- des acteurs du projet
- vos cautions

• QUOI et POURQUOI ?

Les entreprises soutiennent d'avantage des projets que des structures.

Contenu du projet :

- sa nature
- le but poursuivi (et explication de son origine)
- sa qualité
- son originalité et ses spécificités
- sa pérennité

QUAND ?

Réalisez une chronologie des différentes étapes de votre projet

- Où vous situez-vous aujourd'hui ?
- A quel moment sollicitez-vous l'aide de l'entreprise ?

Quelle durée du partenariat demandez-vous : court, moyen ou long terme ?

OU ?

1. Le lieu : itinérance, votre local
2. Le rayonnement : local, régional, national, international

COMMENT ?

Les moyens de communication :

- détailler votre stratégie de communication (être claire)
- lister tous les moyens mis en œuvre (rester réaliste)
- proposer une sensibilisation de la presse sur le rôle des mécènes

Les contreparties :

- identifier les pistes qui pourraient potentiellement intéresser les entreprises ... et celles que vous pourrez réellement offrir (par exemple : logo, dossier de presse, entrées gratuites, organisation d'événements pour l'entreprise, participation du personnel ...)
- ne pas autoriser l'ingérence de l'entreprise dans le contenu du projet

Le budget :

recettes-dépenses, prévisionnel, en 2 colonnes, équilibrés, sans taxe

- Dépenses :

Répartition par poste
Dépenses d'investissement et de fonctionnement
Frais fixes et variables

- Recettes :

Propres (billetteries, achats directs : le marché)
Subventions (soutiens publics centraux, décentralisés, déconcentrés)
Mécénat (attendu : financier ou apport en nature *)

Produits financiers (éventuels)



CENTRE DE RESSOURCE ET
D'INFORMATION POUR LES BÉNÉVOLES
DU TERRITOIRE DE BELFORT

Une fois le contact pris, la relation de partenariat doit être privilégiée. Frédéric Adam rappelle que la **convention** est recommandée, elle permet de protéger les deux parties. L'association doit constamment **informer** les mécènes sur la vie de celle-ci. Elle doit faciliter le lien entre eux en les faisant se rencontrer de temps en temps lors de temps conviviaux. Cela permet aux mécènes de s'impliquer différemment dans le projet. Un bilan annuel de la relation de partenariat sur l'action doit être réalisé.

Le mécène est intéressé par

- L'audience directe, le taux de participation au projet ;
- Les retombées médias ;
- Un bilan des actions et du partenariat (points positifs / à améliorer).

Il faut penser bien entendu à la demande de renouvellement du partenariat en fin d'année.

Frédéric Adam rappelle également les **différentes sortes de mécénat** :

- **en nature** (mise à disposition de locaux, de mobiliers..., de marchandises en stock, en l'exécution de prestations de services, en la mise à disposition de moyens matériels...)

- **de compétences** (mise à disposition de compétences de salariés de l'entreprise, sous forme de mise à disposition de personnel ou prêt de main d'œuvre, d'accompagnement dans le montage du projet, d'appui technique de courte ou longue durée...)
- **financier** (il peut s'agir de cotisations, de subventions, d'apports en numéraire).
- **Technologique** qui consiste à mobiliser le savoir-faire, le métier de l'entreprise au bénéfice de partenaires culturels.

Il existe également des dons par secteur (sport, culture, solidarité...).

Pour avoir confirmation qu'une association peut bénéficier du dispositif du mécénat, il existe le **rescrit fiscal**. La loi du 1er août 2003 relative au mécénat permet aux organismes collectant des dons de s'assurer auprès de l'administration qu'ils répondent bien aux critères définis aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts, et qu'en conséquence, les reçus fiscaux qu'ils souhaitent délivrer à leurs donateurs donnent véritablement droit à une réduction

d'impôts. Cette procédure est appelée **rescrit fiscal**.

Cette démarche est facultative, mais elle permet de garantir aux donateurs et aux mécènes de l'organisme que les reçus fiscaux qu'il délivre ou qu'il souhaite délivrer donnent effectivement droit à une réduction fiscale.

L'instruction du 19 octobre 2004 indique que les organismes qui souhaitent effectuer une démarche de rescrit doivent remplir un formulaire et l'adresser, par pli recommandé avec demande d'avis de réception, à la direction des services fiscaux proche du siège de l'association. Cela permettra à l'administration fiscale de connaître avec précision l'activité et le fonctionnement de l'organisme, afin qu'elle puisse déterminer si ce dernier relève des catégories prévues par les articles 200 et 238 bis du code général des impôts, et donc statuer sur son éligibilité au système de réduction fiscale.

L'administration dispose d'un délai de six mois pour statuer sur la requête, à compter de la réception de la demande initiale ou des compléments demandés. L'absence de réponse dans le délai de six mois vaut accord tacite.

Pour conclure :

Un document est à la disposition des associations reprenant l'ensemble des outils nécessaires pour développer une stratégie de mécénat :

http://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/Plaqueette_mecenat_MSJSVA_DJEPVA_B2.pdf



Annexe 1 : Modèle de convention de mécénat

Annexe 2 : Présentation de L'association

Annexe 3 : Présentation du projet

Annexe 4 : Plan de financement

Annexe 5 : Modèle de demande d'autorisation de délivrer des reçus fiscaux

Annexe 6 : Modèle de reçu fiscal de dons

Annexe 7 : Relevé de solde d'impôt sur les sociétés 2572

Annexe 8 : Formulaire fiscal mécénat 2069-M-SD

Annexe 9 : Schéma d'analyse fiscale