



Mécénat d'entreprise : mode d'emploi

Livret pratique

Liste d'outils

👉 Questionnaire d'introduction (exercice pratique)	4
👉 Charte du mécénat	6
👉 Les bénéficiaires du mécénat (article 238 bis du CGI)	7
👉 L'éligibilité au mécénat (fiche Repères)	10
👉 Modalités de détermination du caractère lucratif ou non des activités d'un organisme sans but lucratif (BOFIP)	13
👉 La demande de rescrit fiscal (modèle)	14
👉 Mécénat et contreparties (fiche Repères)	17
👉 Contreparties des versements effectués au titre du mécénat (BOFIP)	21
👉 Les produits-partage (fiche Repères)	23
👉 Reçu de dons aux œuvres (CERFA n°11580*03)	26
👉 Exemple de convention de mécénat	28
👉 Le traitement comptable et fiscal des opérations de mécénat	30
👉 Le mécénat en nature (fiche Repères)	31
👉 Le mécénat de compétences (fiche Repères)	34
👉 Les structures dédiées au mécénat (fiche Repères)	37
👉 Etude et positionnement (exercice pratique)	43
👉 Fiche signalétique de l'entreprise	49
👉 Constituer un dossier	50
👉 Gérer l'entretien	51
👉 Plan d'actions (exercice pratique)	52
👉 Pour aller plus loin (références utiles)	53

Questionnaire d'introduction

(EXERCICE PRATIQUE)

1. Une entreprise souhaite faire un versement à une association loi 1901. **Son soutien prendra-t-il automatiquement la forme du mécénat ?**
OUI NON
2. Une entreprise souhaite soutenir l'initiative personnelle d'un individu ayant un projet humanitaire **Peut-elle conclure avec lui un partenariat de mécénat ?**
OUI NON
3. Une jeune start-up dynamique spécialisée dans l'offre de prestations au secteur culturel souhaite développer son activité. **Peut-elle faire appel aux dons de mécénat pour financer son projet ?**
OUI NON
4. Une association d'anciens élèves veut organiser une soirée de gala destinée à animer le réseau d'anciens diplômés. **Peut-elle faire appel aux dons de mécénat pour financer ce projet ?**
OUI NON
5. **Pour être éligible au mécénat je dois obligatoirement faire une demande de rescrit auprès de l'administration fiscale.**
VRAI FAUX
6. Une entreprise de cosmétiques est partenaire financier d'une ONG française. Une campagne de communication de l'ONG pour un projet de défense des droits des femmes fait apparaître le nom de l'entreprise ainsi que la mention de sa nouvelle gamme de produits. **S'agit-il d'une relation de mécénat ou de parrainage ?**
MECENAT PARRAINAGE
7. Une entreprise est partenaire financier d'un opéra régional. Le nom de l'entreprise est inscrit sur l'ensemble des supports de communication de l'institution et largement relayé par la presse locale. L'entreprise dispose d'une trentaine d'invitations gratuites pour son personnel et peut assister à une soirée réservée aux partenaires à des fins de relations publiques. **S'agit-il d'une relation de mécénat ou de parrainage ?**
MECENAT PARRAINAGE
8. **Pour conclure une relation de parrainage, les documents sont :**
 - une convention / contrat
 - une facture
 - un reçu de don

9. Pour conclure une relation de mécénat les documents sont :

- une convention / contrat
- une facture
- un reçu de don

10. Une entreprise mécène peut bénéficier d'une réduction d'impôts égale à :

- 75 % du montant du don
- 66 % du montant du don
- 60 % du montant du don

CHARTRE DU MÉCÉNAT



Réalisée par Admical et ouverte à tous les acteurs du mécénat

POUR NOUS, SIGNATAIRES DE LA CHARTE, LE MÉCÉNAT REPRÉSENTE :

UN ENGAGEMENT

- 1 Le mécénat est un engagement libre d'une ou plusieurs personnes ou entreprises, au service de causes d'intérêt général.
 - 2 Il a vocation à couvrir toutes les causes, y compris les plus délaissées.
 - 3 Il peut prendre la forme d'un don financier, de produits, de technologie ou d'un apport de compétences.
 - 4 Il n'y a pas de budget ou de taille minimum pour faire du mécénat, ni pour en recevoir.
 - 5 Une politique de mécénat est le fruit d'une stratégie, d'une réflexion sur la personnalité du mécène et ce qu'il peut apporter à la société.
 - 6 Le mécénat a pour objectif premier de répondre à un besoin ou une problématique sociétale :
 - Dans le cas d'un individu mécène, le mécénat n'est pas réalisé dans l'objectif d'obtenir une contrepartie pour lui ou un débouché pour l'entreprise qu'il dirige.
 - Dans le cas d'une entreprise mécène, la politique de mécénat peut être en lien avec le rôle de l'entreprise dans la société, mais pas avec ses objectifs commerciaux. Ainsi, le mécénat éclaire la mission et enrichit l'identité de l'entreprise, sans impact direct sur ses activités marchandes.
- Dans les deux cas, le mécène ne saurait être intéressé financièrement aux résultats de son partenaire.
- 7 Le mécénat est une démarche d'attention et d'ouverture à la société, créatrice de valeur pour la société et de valeur immatérielle pour le mécène.
 - 8 Une politique de mécénat s'inscrit nécessairement dans la durée.

UNE VISION ET DES OBJECTIFS PARTAGÉS

- 9 La relation entre le mécène et son partenaire est un lien de confiance et d'échange construit sur un rapport de complémentarité.

MÉCÈNES, NOUS NOUS ENGAGEONS DANS LE MÉCÉNAT POUR :

JOUER UN RÔLE SOCIÉTAL

En contribuant à l'intérêt général, entreprises et particuliers mécènes prennent conscience de l'importance grandissante du rôle sociétal qu'ils peuvent jouer.

INSTAURER LE DIALOGUE AVEC NOTRE ENVIRONNEMENT

La relation avec les partenaires ouvre le mécène à des interlocuteurs nouveaux, avec lesquels il n'aurait pas naturellement été en contact. Le mécénat crée des passerelles et instaure un dialogue qui renforce l'ancrage du mécène dans son environnement ou sur son territoire.

DÉVELOPPER L'ENGAGEMENT DE NOUVELLES PARTIES PRENANTES

Un mécène instaure une dynamique qui essaima autour de lui : parmi les collaborateurs de son entreprise, ses partenaires, ses clients, ou dans sa famille, ses amis. Il peut également susciter des prises de conscience.

ENTREPRISES, NOUS TROUVONS DANS LE MÉCÉNAT SENS, PERSONNALITÉ ET RESPONSABILITÉ

Le mécénat exprime et enrichit la personnalité et la singularité de l'entreprise, il apporte un supplément de sens au travail quotidien, à condition que la façon dont l'entreprise exerce son métier soit en conformité avec les valeurs exprimées par son mécénat.

FIERTÉ, ENGAGEMENT ET CRÉATIVITÉ DES COLLABORATEURS

La participation aux actions de mécénat de l'entreprise renforce la cohésion, le décloisonnement, l'épanouissement et la fierté d'appartenance parmi les collaborateurs, acteurs du rôle sociétal de l'entreprise. Mécénat de compétences, bénévolat facilité par l'entreprise, congés solidaires, parrainage des projets par les collaborateurs... Le mécénat leur permet de sortir de leur cadre de travail classique pour donner de leur temps et de leur savoir-faire, et s'enrichir de nouvelles expériences, ce qui développe leur créativité. Le mécénat joue un rôle positif dans le recrutement et la fidélisation des collaborateurs.

Le mécénat peut également ouvrir une porte sur d'autres types de collaborations entre les deux partenaires. En effet, tous deux peuvent s'apporter l'un à l'autre des moyens d'agir, une notoriété, une expertise, des conseils et des compétences.

EN SIGNANT LA CHARTE DU MÉCÉNAT, NOUS NOUS ENGAGEONS À

RESPECTER les principes qui y sont énoncés, **FAIRE CONNAÎTRE** la Charte à nos partenaires, **PARTAGER** avec Admical notre expérience de l'utilisation de la Charte

NOUS NOUS ENGAGEONS ÉGALEMENT À ANNEXER LA CHARTE À TOUTES NOS CONVENTIONS DE MÉCÉNAT

ORGANISATION :

REPRESENTANT :

FONCTION :

10 Elle repose sur une vision partagée des objectifs de chaque projet.

11 Elle permet la prise d'initiatives, l'expérimentation et l'innovation sociale.

12 En réflexion permanente sur l'utilité de leur action, le mécène et son partenaire prennent ensemble la mesure de son impact.

UN RESPECT MUTUEL ET DES DEVOIRS RÉCIPROQUES

Les devoirs du mécène

13 Le mécène respecte le projet de son partenaire, ses choix stratégiques et son expertise.

14 Le mécène tient compte des capacités de suivi et de la taille de son partenaire afin de ne pas exiger de sa part de **reporting** ou de contreparties disproportionnées.

15 Le mécène admet que les projets ne peuvent se réaliser sans frais de fonctionnement et les prend en compte.

19 Les parties prenantes du mécénat anticipent et éliminent toutes formes possibles de conflits d'intérêts.

20 Dans le cas d'une relation de long terme, mécène et partenaire préparent la gestion de la fin du partenariat.

UNE RENCONTRE ENTRE DE MULTIPLES ACTEURS

21 Le mécénat est un carrefour de rencontre entre mécènes, partenaires, pouvoirs publics, collectivités et bénéficiaires finaux, au profit d'un territoire.

Les devoirs du partenaire

16 Le partenaire fait preuve de transparence dans l'utilisation des fonds alloués.

17 Le partenaire informe régulièrement le mécène de l'évolution du projet et des difficultés éventuellement rencontrées.

18 Le partenaire cite le mécène comme partie prenante du projet, sauf si ce dernier ne le souhaite pas.

ASSOCIATIONS ET INSTITUTIONS PARTENAIRES DES MÉCÈNES, NOUS TROUVONS DANS LE MÉCÉNAT :

RESSOURCES ET MOYENS

Les moyens opérationnels apportés par le mécène donnent l'opportunité de renforcer les capacités structurelles des partenaires, de réaliser ou de développer des projets. Outre la sécurité et la souplesse qu'apportent ces ressources, le mécène peut favoriser l'engagement de son entourage, ou, dans le cas d'une entreprise, de son personnel. Il peut également apporter une aide matérielle supplémentaire grâce au don en nature.

ACCOMPAGNEMENT ET EXPERTISE

La relation instaurée par le mécénat permet la rencontre de deux univers. Par-delà le soutien matériel, le mécénat est aussi un accompagnement : forte de sa propre expertise professionnelle, le mécène peut conseiller, assister le partenaire dans sa gestion, lui permettre d'accroître ses compétences dans de nouveaux domaines. Il amène son partenaire à une plus grande autonomie pour aller vers de nouveaux développements.

RECONNAISSANCE ET VISIBILITÉ

Le mécène peut promouvoir une cause et participer à l'accroissement de la notoriété de son partenaire. Il peut lui apporter une reconnaissance nouvelle qui renforce sa crédibilité : c'est un cercle vertueux important pour obtenir d'autres financements.

SYNERGIES ET RÉSEAUX

En apportant son réseau et sa coordination, ou en étant force de proposition pour faire travailler ensemble des acteurs qui s'ignoraient ou ne se connaissaient pas, le mécénat peut créer des rapprochements et des synergies, sources de collaborations inédites et facteurs de progrès pour les causes soutenues.

Les bénéficiaires du mécénat

(ARTICLE 238 BIS DU CODE GENERAL DES IMPOTS)

Modifié par LOI n° 2018-1317 du 28 décembre 2018 - art. 148 (V)

1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant les versements, pris dans la limite de 10 000 € ou de 5 pour mille du chiffre d'affaires lorsque ce dernier montant est plus élevé, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés au profit :

a) D'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant 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, notamment quand ces versements sont faits au bénéfice d'une fondation universitaire, d'une fondation partenariale mentionnées respectivement aux articles L. 719-12 et L. 719-13 du code de l'éducation ou d'une fondation d'entreprise, même si cette dernière porte le nom de l'entreprise fondatrice. Ces dispositions s'appliquent même si le nom de l'entreprise versante est associé aux opérations réalisées par ces organismes ;

b) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou des musées de France et répondant aux conditions fixées au a, ainsi que d'associations culturelles ou de bienfaisance et des établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle. La condition relative à la reconnaissance d'utilité publique est réputée remplie par les associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin lorsque la mission de ces associations est reconnue d'utilité publique. Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions de cette reconnaissance et les modalités de procédure permettant de l'accorder ;

c) Des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique publics ou privés, d'intérêt général, à but non lucratif ;

c bis) Des établissements d'enseignement supérieur consulaire mentionnés à l'article L. 711-17 du code de commerce pour leurs activités de formation professionnelle initiale et continue ainsi que de recherche ;

d) Des sociétés ou organismes publics ou privés, agréés à cet effet par le ministre chargé du budget en vertu de l'article 4 de l'ordonnance n° 58-882 du 25 septembre 1958 relative à la fiscalité en matière de recherche scientifique et technique ;

e) D'organismes publics ou privés, y compris de sociétés de capitaux dont les actionnaires sont l'Etat ou un ou plusieurs établissements publics nationaux, seuls ou conjointement avec une ou plusieurs collectivités territoriales, dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale la présentation au public d'œuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques, audiovisuelles et de cirque ou l'organisation d'expositions d'art contemporain, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. Cette disposition ne s'applique pas aux organismes qui présentent des œuvres à caractère pornographique ou incitant à la violence ;

e bis) De projets de thèse proposés au mécénat de doctorat par les écoles doctorales dans des conditions fixées par décret ;

e ter) De sociétés, dont l'Etat est l'actionnaire unique, qui ont pour activité la représentation de la France aux expositions universelles ;

e quater) Des sociétés nationales de programme mentionnées à l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et affectés au financement de programmes audiovisuels culturels ;

f) De la " Fondation du patrimoine " ou d'une fondation ou une association qui affecte irrévocablement ces versements à la " Fondation du patrimoine ", en vue de subventionner la réalisation des travaux prévus par les conventions conclues en application de l'article L. 143-2-1 du code du patrimoine entre la " Fondation du patrimoine " et les propriétaires des immeubles, personnes physiques ou sociétés civiles composées uniquement de personnes physiques et qui ont pour objet exclusif la gestion et la location nue des immeubles dont elles sont propriétaires.

Les immeubles mentionnés au premier alinéa ne doivent pas faire l'objet d'une exploitation commerciale. Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables lorsque la gestion de l'immeuble est désintéressée et que les conditions suivantes sont cumulativement remplies :

1° Les revenus fonciers nets, les bénéfices agricoles, les bénéfices industriels et commerciaux et les bénéfices des sociétés commerciales, augmentés des charges déduites en application du 5° du 1 de l'article 39, générés par l'immeuble au cours des trois années précédentes sont affectés au financement des travaux prévus par la convention ;

2° Le montant des dons collectés n'excède pas le montant restant à financer au titre de ces travaux, après affectation des subventions publiques et des sommes visées au 1°.

Les dirigeants ou les membres du conseil d'administration ou du directoire de la société ne doivent pas avoir conclu une convention avec la " Fondation du patrimoine " en application de l'article L. 143-2-1 précité, être propriétaires de l'immeuble sur lequel sont effectués les travaux ou être un conjoint, un ascendant, un descendant ou un collatéral du propriétaire de cet immeuble. Lorsque l'immeuble est détenu par une société mentionnée au premier alinéa, les associés ne peuvent pas être dirigeants ou membres du conseil d'administration ou du directoire de la société donatrice ou d'une société qui entretiendrait avec la société donatrice des liens de dépendance au sens du 12 de l'article 39. Les dirigeants ou les membres du conseil d'administration ou du directoire de la société donatrice ne peuvent être un conjoint, un ascendant, un descendant ou un collatéral des associés de la société civile propriétaire de l'immeuble.

Les dons versés à d'autres fondations ou associations reconnues d'utilité publique agréées par le ministre chargé du budget dont l'objet est culturel, en vue de subventionner la réalisation de travaux de conservation, de restauration ou d'accessibilité de monuments historiques classés ou inscrits ouvrent droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions.

g) De fonds de dotation :

1° Répondant aux caractéristiques mentionnées au a ;

2° Ou dont la gestion est désintéressée et qui reversent les revenus tirés des dons et versements mentionnés au premier alinéa du présent 1 à des organismes mentionnés aux a à e bis ou à la Fondation du patrimoine dans les conditions mentionnées aux quatre premiers alinéas du f, ou à une fondation ou association reconnue d'utilité publique agréée par le ministre chargé du budget dans les conditions mentionnées au sixième alinéa du même f. Ces organismes délivrent aux fonds de dotation une attestation justifiant le montant et l'affectation des versements effectués à leur profit.

Les organismes mentionnés au b peuvent, lorsque leurs statuts ont été approuvés à ce titre par décret en Conseil d'Etat, recevoir des versements pour le compte d'œuvres ou d'organismes mentionnés au a.

Lorsque la limite fixée au premier alinéa est dépassée au cours d'un exercice, l'excédent de versement peut donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants, après prise en compte des

versements effectués au titre de chacun de ces exercices, sans qu'il puisse en résulter un dépassement du plafond défini au premier alinéa.

La limite de 10 000 € ou de 5 pour mille du chiffre d'affaires lorsque ce dernier montant est plus élevé s'applique à l'ensemble des versements effectués au titre du présent article.

Les versements ne sont pas déductibles pour la détermination du bénéfice imposable.

Lorsque les versements mentionnés au premier alinéa du présent 1 sont effectués sous forme de dons en nature, leur valorisation est effectuée au coût de revient du bien donné ou de la prestation de service donnée.

(Obligation déclarative)

6. Les entreprises qui effectuent au cours d'un exercice plus de 10 000 € de dons et versements ouvrant droit à la réduction d'impôt prévue au présent article déclarent à l'administration fiscale le montant et la date de ces dons et versements, l'identité des bénéficiaires ainsi que, le cas échéant, la valeur des biens et services reçus, directement ou indirectement, en contrepartie.

Ces informations sont transmises sur un support électronique dans le même délai que celui prévu pour le dépôt de la déclaration de résultats de l'exercice au cours duquel les dons et versements mentionnés au premier alinéa du présent 6 sont effectués, suivant des modalités fixées par décret.

Fondations, musées de France, associations, fonds de dotation... les articles 200 et 238 bis du code général des impôts énumèrent les principaux statuts juridiques des organismes éligibles au mécénat, ainsi habilités à émettre des reçus fiscaux à leurs donateurs. Cependant, afin de mieux prendre en compte la diversité des cas d'éligibilité, l'administration fiscale a établi en parallèle des textes de loi des règles précises d'éligibilité. Ces règles doivent être respectées par les organismes faisant appel aux dons afin que leurs donateurs bénéficient des avantages fiscaux prévus par la loi¹.

Connaître les conditions d'éligibilité

Sauf quelques cas particuliers, qui seront abordés dans d'autres fiches Repères, les organismes qui émettent des reçus de dons doivent exercer leur activité en France et être d'intérêt général.

■ Exercer son activité en France (et spécificités à l'international)

Le principe de territorialité de l'impôt prévalant, les organismes qui n'exercent aucune activité sur le territoire français, ou qui se bornent à exercer en France une action limitée en faveur d'un groupe restreint de personnes, ne sont a priori pas éligibles au mécénat.

Pour tenir compte cependant des principes du droit communautaire et de certains champs d'actions légitimes à l'étranger, l'administration fiscale permet aux contribuables français de bénéficier des avantages fiscaux liés au mécénat :

- dans le cadre de l'Union européenne et de l'Espace économique européen, pour des dons à des organismes qui sont agréés à cette fin et qui respectent les mêmes conditions d'intérêt général que les organismes français éligibles aux dons (cf. ci-dessous) ;
- dans le reste du monde pour des dons à des programmes humanitaires ou à des organismes œuvrant pour la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises.

■ Agir dans un domaine d'intérêt général

Les articles 200 et 238 bis du code général des impôts énumèrent les domaines considérés comme étant d'intérêt général en mentionnant « les œuvres ou organismes ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la langue et des connaissances scientifiques françaises ».

La doctrine fiscale apporte des précisions sur les actions concernées par ces domaines dans un bulletin officiel des impôts³. Un certain nombre de situations ne sont cependant pas prises en compte dans ce document officiel.

■ Etre d'intérêt général

L'intérêt général est la pierre angulaire du système du mécénat en France et l'administration fiscale a développé en doctrine les critères permettant de définir la notion² et de vérifier ainsi l'éligibilité au mécénat d'un organisme faisant appel aux dons. Ces critères sont cumulatifs.

Avoir une gestion désintéressée et un caractère non lucratif

Seuls les organismes à but non lucratif sont éligibles aux dons. Pour contrôler ce critère, l'administration fiscale procède à une analyse en cascade.

Etape 1 : La gestion de l'organisme est-elle désintéressée ?

Pour être d'intérêt général, un organisme doit respecter plusieurs conditions de gestion :

- il ne doit procéder à aucune distribution directe ou indirecte de bénéfices, sous quelque forme que ce soit ;
- les membres de l'organisme et leurs ayants droit ne peuvent pas être déclarés attributaires d'une part quelconque de l'actif, sous réserve du droit de reprise des apports ;
- l'organisme est géré et administré à titre bénévole par des personnes n'ayant, elles-mêmes ou par personne interposée, aucun intérêt direct ou indirect dans les résultats de l'exploitation ; ce sont les membres du conseil d'administration qui sont visés, ou de l'organe délibérant qui en tient lieu, ainsi que les dirigeants de fait⁴ ;

Par dérogation, les dirigeants peuvent être rémunérés s'il y a transparence financière de l'organisme, si son fonctionnement est démocratique et s'il existe une adéquation entre la rémunération du dirigeant et sa responsabilité effective. Le barème est le suivant :

- aucun dirigeant rémunéré si les ressources propres de l'organisme sont inférieures ou égales à 200 000 € ;
- 1 dirigeant peut être rémunéré si elles sont supérieures à 200 000 € et inférieures ou égales à 500 000 € ;
- 2 dirigeants peuvent être rémunérés, si elles sont comprises entre 500 000 € et 1 000 000 € ;
- 3 dirigeants peuvent être rémunérés, elles sont supérieures à 1 000 000 €. Dans tous les cas la rémunération autorisée est au maximum égale à trois fois le barème de la sécurité sociale.

Si le nombre de dirigeants rémunérés est supérieur au nombre déterminé par le barème, la gestion désintéressée n'est pas remise en cause si leur rémunération brute mensuelle n'excède pas les $\frac{3}{4}$ du SMIC. Les remboursements de frais engagés dans le cadre de l'action de l'organisme et dûment justifiés ne sont pas pris en compte dans cette limite.

- la gestion de l'organisme n'est pas désintéressée si celui-ci a pour but exclusif ou principal de fournir des débouchés à une entreprise ou d'exercer une activité complémentaire de celle d'une entreprise du secteur lucratif dans laquelle un dirigeant de l'organisme aurait, directement ou indirectement, des intérêts.

Etape 2 : L'organisme exerce-t-il son activité en concurrence avec des entreprises du secteur lucratif ?

Cette concurrence s'apprécie au regard de la proximité d'activité et de la proximité géographique. Il faut distinguer deux hypothèses :

- l'activité concernée ne concurrence aucune entreprise : elle n'est alors pas lucrative et peut faire l'objet d'une recherche de dons ; elle n'est par ailleurs pas soumise aux impôts commerciaux ;
- l'activité de l'organisme est exercée en concurrence avec une entreprise du secteur lucratif : dans cette hypothèse, l'activité n'est pas pour autant systématiquement lucrative. Il convient de passer à la troisième étape du diagnostic et de déterminer si cette activité est exercée dans des conditions similaires à celles des entreprises du secteur lucratif ou si elle présente au contraire une utilité sociale.

Etape 3 : Si l'organisme exerce son activité en concurrence avec une entreprise du secteur lucratif, l'exerce-t-il dans des conditions similaires à celles de l'entreprise ?

Si sa gestion est désintéressée mais que l'organisme concurrence néanmoins des organismes du secteur lucratif, il faut procéder au contrôle de son utilité sociale en déterminant s'il exerce son activité selon des modalités de gestion similaires à celles des entreprises commerciales.

L'administration fiscale se réfère à la règle marketing des « 4P » dont découle une analyse en cascade visant à contrôler si le produit proposé, le public visé, les prix pratiqués et la publicité qui est faite sont assimilables à ceux des entreprises commerciales concurrentes.

- **Produit** : l'activité tend à satisfaire des besoins peu ou pas du tout pris en compte par le marché.
- **Public** : l'activité bénéficie principalement à des personnes justifiant l'octroi d'avantages particuliers au regard de leur situation économique et sociale (chômeurs, personnes handicapées, enfants défavorisés, etc.).
- **Prix** : les prix pratiqués se distinguent de ceux pratiqués par une entreprise pour des services de nature similaire (prix nettement inférieur ou prix modulés en fonction de la situation des « clients »).
- **Publicité** : l'organisme ne fait pas de publicité mais peut communiquer (appel à la générosité du public, information sur ses activités...).

Si les conditions d'exercice de l'activité se distinguent sur un de ces quatre critères de celles d'une entreprise commerciale, l'utilité sociale de l'activité est reconnue et le caractère non lucratif de l'organisme confirmé.

NB : En dépit de leur appellation, les organismes à but non lucratif sont donc autorisés à exercer sous certaines conditions des activités commerciales (vente de produits ou de services) afin que les revenus qui en sont retirés viennent servir leur mission d'intérêt général. Pour préserver leur caractère non

lucratif et leur non-imposition ou imposition partielle aux impôts commerciaux, il leur faudra sectoriser leurs comptes si les activités non lucratives restent « significativement prépondérantes » (en pratique, au moins équivalentes à 70 % du budget global) mais que les recettes des activités lucratives excèdent néanmoins le seuil de franchise de 62 250 € prévu pour les impôts commerciaux.

Ne pas agir au profit d'un cercle restreint

L'appréciation de ce critère fait l'objet de nombreux débats en raison de l'analyse restrictive que l'administration fiscale peut en faire. La documentation administrative spécifique que « seraient considérés comme exerçant leur activité au profit d'un cercle restreint de personnes, des organismes qui auraient pour objet par exemple de servir les intérêts d'une ou plusieurs familles, personnes ou entreprises, de faire connaître les œuvres de quelques artistes, ou les travaux de certains chercheurs, etc⁵ ».

L'administration fiscale a notamment expressément exclu les associations d'anciens élèves de l'intérêt général lorsqu'elles ne fonctionnent que pour leurs membres⁶.

Vérifier son éligibilité

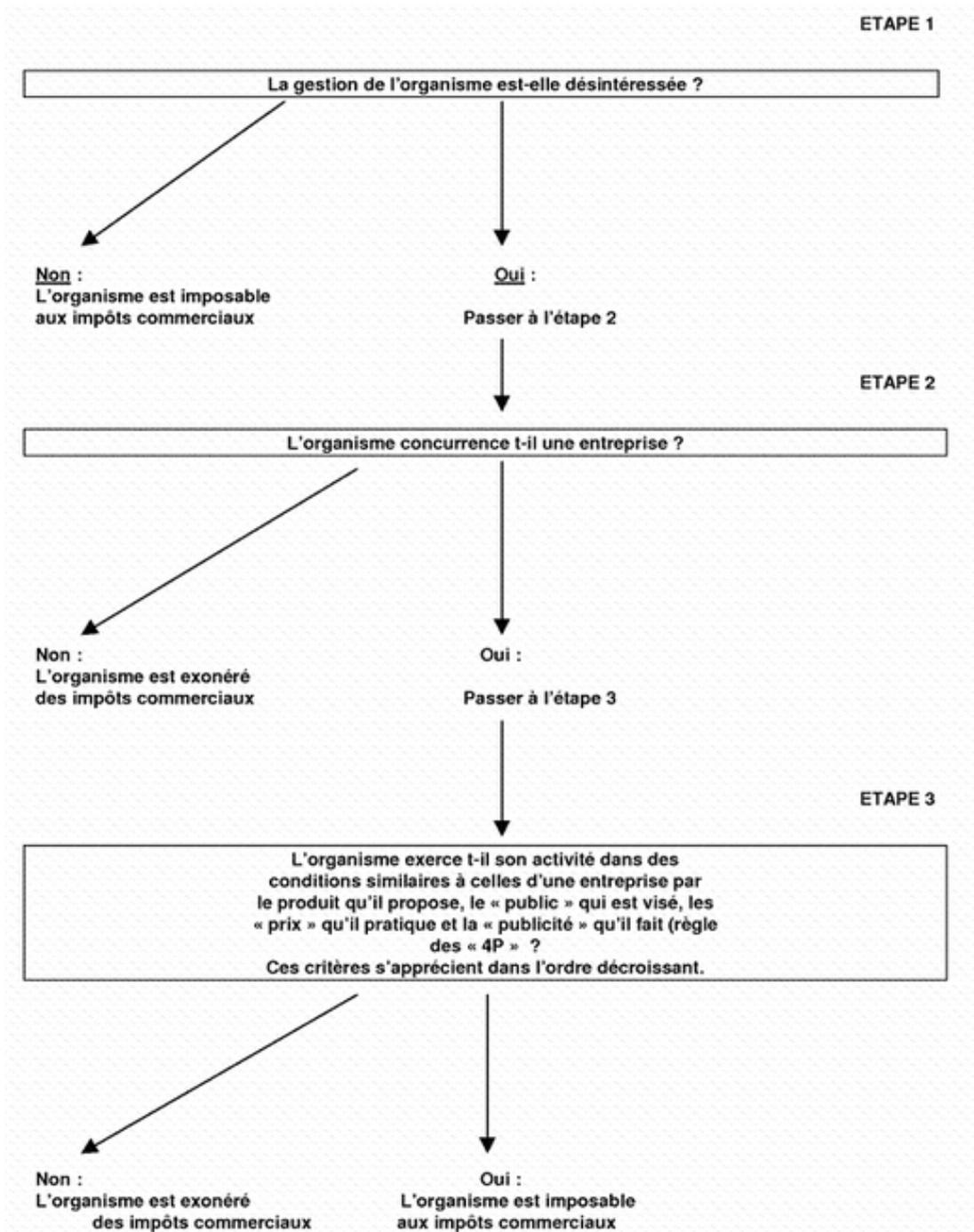
Les organismes voulant permettre à leurs donateurs de bénéficier des avantages fiscaux du mécénat peuvent, au regard des articles 200 et 238 bis du code général des impôts et des critères susmentionnés, déterminer s'ils sont ou non éligibles. A l'occasion d'un contrôle a posteriori, l'administration fiscale pourra néanmoins remettre en cause cet autodiagnostic.

Pour que les organismes bénéficiaires de dons puissent émettre des reçus en toute sécurité, le législateur a mis en place un dispositif d'habilitation passant par une procédure de rescrit fiscal⁷. Sans être obligatoire, cette procédure permet, en cas de doute, de vérifier que l'organisme (ou l'un de ses projets) remplit tous les critères d'éligibilité au mécénat.

Un modèle de demande⁸ est mis à disposition des organismes bénéficiaires. Il contient l'identification de l'auteur de la demande et de l'organisme ainsi que des informations sur la composition et la gestion de l'organisme, les activités exercées et les ressources de l'organisme. L'organisme demandeur joint également une copie de ses statuts.

Le dossier est envoyé par pli recommandé avec accusé de réception ou déposé contre décharge à la direction des services fiscaux du siège social de l'organisme (service des associations). En l'absence de réponse au-delà d'un délai de six mois, suivant la demande, aucune amende fiscale ne pourra être appliquée pour émission irrégulière de reçus de dons tant que l'administration n'aura pas répondu. Le silence ne vaut donc pas habilitation tacite mais exclut la sanction (TA Paris 3 mars 2016, n°1500479/2-3).

Modalités de détermination du caractère lucratif ou non des activités d'un organisme sans but lucratif (BOFIP)



Source : BOI-IS-CHAMP-10-50-10-10-20120912 : Organismes privés autres que les sociétés - Présentation générale des conditions d'assujettissement à l'IS

La demande de rescrit fiscal

(OUTIL)

**DEMANDE D'AVIS DE DELIVRER DES REÇUS FISCAUX POUR LES
DES ORGANISMES AYANT LA CAPACITE A RECEVOIR DES DON**

*MODELE DE DEMANDE D'AVIS
à adresser à la direction des services fiscaux de votre département ([correspondant association](#))*

**QUESTIONNAIRE RELATIF A LA MISE EN ŒUVRE DE LA GARANTIE PREVUE
A L'ARTICLE L. 80 C DU LIVRE DES PROCEDURES FISCALES**

*Vous voudrez bien apporter des réponses détaillées aux questions ci-après.
Il vous est demandé de joindre en annexe tout document susceptible de compléter utilement ces questions.*

I. IDENTIFICATION DE L'AUTEUR DE LA DEMANDE

- Nom :
- Qualité :
- Adresse :
- Téléphone :

II. IDENTIFICATION DE L'ORGANISME

(joindre une copie des statuts)

- Dénomination :
 - Adresse du siège social (et des établissements...) :
 - Objet statutaire :
 - Affiliation (fédération, groupement, fondation...) :
 - Imposition aux impôts commerciaux : oui non
- Si oui, lesquels :*

III. COMPOSITION ET GESTION DE L'ORGANISME

- Nombre de membres (personnes physiques, morales, autres...) :

- Qualité des membres (droit de vote, convocation aux assemblées générales...)

- Noms, adresses et professions des dirigeants (préciser la fonction exercée au sein de l'organisme et le montant par dirigeant des rémunérations et indemnités annuelles) :

- Salariés : Nombre, rémunération, avantage en nature, fonctions éventuelles au sein du conseil d'administration

IV. ACTIVITES EXERCEES

- Lieu d'exercice des activités :

- Activités exercées (à titre permanent, occasionnel):

- Modalité d'exercice (bénéficiaires des opérations, prix pratiqués...):

- Description des projets en cours :

Contrairement au parrainage (sponsoring) qui est un versement au service des intérêts commerciaux de l'entreprise, le mécénat a pour objectif principal de soutenir un projet d'intérêt général. La question des contreparties liées aux dons a par conséquent fait l'objet de nombreux débats. Antérieurement à la loi de finances pour 2000¹, le dispositif en faveur du mécénat n'était applicable qu'aux seuls versements effectués à titre gratuit, c'est-à-dire sans contrepartie directe ou indirecte au profit de leurs auteurs. L'existence d'une contrepartie institutionnelle, symbolique ou de faible importance² avait toutefois déjà été admise, sous réserve du respect de certaines conditions. Dans le principe, il n'était néanmoins pas possible pour une entreprise mécène de faire connaître son action ou pour un organisme bénéficiaire de faire connaître le nom de son donateur. Des textes législatifs et doctrinaux ont assoupli cette position. Panorama de la situation actuelle...

Contreparties accordées à un donateur individuel

Pour un particulier, le bénéfice de la réduction d'impôt au titre d'un don n'est accordé qu'à condition que ce versement procède d'une intention libérale, c'est-à-dire qu'il soit consenti à titre gratuit, sans contrepartie directe ou indirecte au profit de la personne qui l'effectue.

L'administration fiscale a néanmoins admis l'existence de contreparties et distingué les « avantages au contenu purement institutionnel ou symbolique » et les « contreparties tangibles » (remise de biens ou prestation de services)³.

■ Contreparties « institutionnelles ou symboliques »

Ces avantages peuvent être par exemple constitués par :

- des prérogatives attachées à la qualité de donateur d'un organisme d'intérêt général (droit de vote à ses assemblées générales, éligibilité à son conseil d'administration...);
- un titre honorifique (« membre bienfaiteur », « grand mécène »...);
- toute autre forme d'hommage symbolique (nommage, présence dans une liste de mécènes...); etc.

L'administration fiscale considère que ces avantages ne constituent pas une contrepartie réelle au don et ne saurait par conséquent priver le donateur du bénéfice de l'avantage fiscal.

■ Contreparties « tangibles » : remise de biens et prestations de services

Il s'agit en général de :

- la remise de divers objets matériels ;
- l'octroi d'avantages financiers ou commerciaux ;
- l'envoi de publications, bulletins d'information ou documents divers ;
- la mise à disposition d'équipements ou d'installations de manière exclusive ou préférentielle ;
- l'accès privilégié à des conseils, fichiers ou informations de toute nature ; etc.

Par dérogation, l'administration fiscale admet l'octroi de ce type de contreparties dès lors qu'elles demeurent dans un **rapport de 1 à 4 avec le montant du don** (soit 25 %) et qu'elles ne dépassent pas, dans tous les cas, la **limite forfaitaire de 65 €⁴** (attention ! ce montant peut être réactualisé).

Contreparties accordées à une entreprise mécène

« Le bénéfice du dispositif en faveur du mécénat ne sera remis en cause que s'il n'existe pas une disproportion marquée entre les sommes données et la valorisation de la « prestation rendue » ». ⁵

■ L'entreprise peut « signer » son action de mécénat

L'article 17 de la loi de finances pour 2000⁶ permet à l'ensemble des organismes visés à l'article 238 bis du code général des impôts d'associer le nom de l'entreprise versante aux opérations qu'ils réalisent. L'instruction fiscale du 26 avril 2000⁷ est venue préciser les choses :

« il sera considéré que l'association du nom de l'entreprise versante aux opérations réalisées par l'organisme relève du mécénat si elle se limite à la mention du nom du donateur, quels que soient le support de la mention (logo, sigle...) et la forme du nom, à l'exception de tout message publicitaire ».

L'administration fiscale a pris soin de donner des exemples permettant de distinguer la « signature » liée à une opération de mécénat, de l'affichage publicitaire mis en place dans une opération de parrainage (*sponsoring*). La frontière est ténue toutefois. Vigilance est donc de mise pour ne pas risquer de voir requalifier une opération de mécénat en parrainage. L'association du nom et du logo de l'entreprise au projet soutenu se fait dans le cadre strict d'une communication institutionnelle (et non commerciale) de l'entreprise.

« Exemple n°1 : Une association sportive locale dont le caractère non lucratif n'est pas remis en cause perçoit 100 000 euros par an d'une entreprise locale. Le nom de cette entreprise est inscrit sur un des panneaux du stade. La contrepartie offerte par l'association ne peut pas être assimilée à une simple prestation publicitaire. Dans ce cas, le don n'est que signé par l'entreprise et le dispositif du mécénat est applicable.

Exemple n° 2 : Une association sportive amateur est qualifiée pour jouer un tour de coupe de France contre un club professionnel. La rencontre devient de ce fait un événement médiatique. Pour profiter de l'événement, une entreprise de la région verse une somme de 250 000 euros. En contrepartie, des panneaux publicitaires à son nom sont installés dans l'axe des caméras de télévision. La contrepartie

*offerte ne peut être assimilée à un don « signé » par l'entreprise. Il s'agit d'une opération publicitaire ».*⁸

■ L'entreprise peut bénéficier de « prestations » en contrepartie de son don

En dehors de la mention de son nom et de son logo sur les outils de communication de l'organisme bénéficiaire, l'entreprise mécène peut également bénéficier de remise de biens et de prestations de services. L'administration fiscale a fourni quelques exemples de ce type de contreparties plus matérielles.⁹

« Exemple n° 5 : Une entreprise transmet sa collection d'art contemporain à un grand musée de province. Le nom de l'entreprise est inscrit sur l'ensemble des supports de communication du musée et largement médiatisé par la presse locale et nationale. L'entreprise dispose de 200 invitations gratuites pour son personnel, de quatre soirées réservées à des fins de relations publiques (elle assure le paiement de la totalité des frais supplémentaires induits pour le musée) et crée, sur son site Internet, une vitrine valorisant son acte de mécénat et proposant une visite virtuelle de l'exposition.

Le nom du mécène est associé aux opérations entreprises par l'organisme bénéficiaire. Il existe une disproportion marquée entre les contreparties offertes (publicité et « prestations ») et le montant du don. Il s'agit de mécénat.

Exemple n° 7 : Une entreprise informatique offre gratuitement à un important musée la création d'une base de données informatique de ses collections de dessins. L'entreprise apporte des heures d'ingénieurs et sa technologie. Son apport en nature est valorisé à 80 000 euros par an, pendant 2 ans. En contrepartie, le musée installe un cartel indiquant le nom de l'entreprise dans les salles consacrées aux dessins et sur l'ensemble des supports de communication. L'entreprise dispose par an de quatre soirées réservées pour une cinquantaine de clients et de 100 invitations gratuites pour son personnel.

Il s'agit d'une opération de mécénat en raison de la disproportion marquée entre le don et les contreparties reçues ».

■ Quelles sont les précautions à prendre pour l'entreprise ?

Le mécénat est, par nature, une dérogation au principe de spécialité qui oblige l'entreprise à exercer des activités conformes à son objet social. S'il est autorisé par la loi, il faut néanmoins rester prudent afin que l'opération ne puisse pas être assimilée à un abus de biens sociaux – acte contraire à l'intérêt social, fait de mauvaise foi **et** accompli à des fins personnelles, dans l'intérêt individuel du dirigeant¹⁰. **L'absence d'une seule de ces conditions exclut l'infraction.**

■ L'opération de mécénat est *a priori* conforme à l'intérêt social puisqu'elle permet à l'entreprise de communiquer de manière positive. Dans certains cas la jurisprudence a néanmoins considéré qu'il était **contraire à l'intérêt social** parce que ni utile ni profitable à l'entreprise. Par exemple¹¹ :

- si le nom de l'entreprise n'est pas associé à l'opération réalisée ;
- si le don n'est pas réalisé dans l'intérêt exclusif de la société mais, au moins partiellement, dans celui du dirigeant¹² ;
- si l'opération est disproportionnée par rapport à l'avantage que peut en escompter l'entreprise¹³, la proportion s'appréciant au jour

de la signature de la convention de mécénat (il ne peut être reproché par la suite à l'entreprise de ne pas avoir bénéficié de retombées d'image aussi positives qu'escomptées.

■ Une opération de mécénat peut-être réalisée de **mauvaise foi** par le dirigeant lorsqu'il a conscience du préjudice qu'il cause ou risque de causer à l'entreprise, notamment lorsqu'il a conscience de ne pas servir l'intérêt social de l'entreprise en refusant que son nom soit associé à l'opération, lorsqu'il verse des sommes disproportionnées par rapport à l'avantage que l'entreprise peut tirer de l'opération en terme d'image ou lorsqu'il agit exclusivement dans son intérêt personnel.

■ Pour la Cour de cassation, **l'intérêt personnel du dirigeant** peut être aussi bien matériel que moral et résulter, par exemple, du souci d'entretenir des relations d'amitié ou d'affaires, d'avoir de bonnes relations avec un parti politique et ses responsables ou de s'assurer un prestige ou une notoriété personnelle... Pour que le délit soit constitué, le juge n'exige pas que l'utilisation abusive des biens de l'entreprise ait lieu à des fins exclusivement personnelles. Il y a donc un fort risque pour que toute décision « généreuse » puisse être considérée comme prise, au moins partiellement, dans l'intérêt personnel du dirigeant.

Valorisation des contreparties

L'administration n'a pas précisé ce qu'il fallait entendre par « *disproportion marquée* » dans le cadre du mécénat d'entreprise. Néanmoins, en pratique et par analogie à la définition de la disproportion marquée dans le cadre du mécénat des particuliers, le montant total des contreparties est limité à 25 % du montant du don.

Qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises, aucune règle n'a par ailleurs été donnée pour valoriser les contreparties dont peuvent bénéficier les donateurs. Chaque organisme bénéficiaire retient ses propres modes de calcul. Certains d'entre eux ont établi des barèmes de valeur pour une plus grande transparence vis-à-vis de leurs donateurs.

■ Valoriser les contreparties matérielles

C'est généralement le prix de vente qui est retenu lorsqu'il s'agit d'un bien ou service accessible à

la vente. Lorsque le bien ou la prestation ne fait pas l'objet d'offre commerciale (ex : édition d'une revue pour les mécènes), le coût de revient fait souvent office de référence.

■ Valoriser les contreparties d'image

La mention du nom et du logo de l'entreprise sur les outils de communication du projet soutenu n'est pas systématiquement valorisée. Si l'organisme bénéficiaire choisit de valoriser cet avantage, il est préférable d'établir des règles (par exemple retenir un pourcentage du coût global de la campagne de communication liée au projet). Les retombées d'image non quantifiables (par exemple l'engouement des médias et des réseaux sociaux) constituent une contrepartie très indirecte qui ne prive pas la dépense de mécénat d'être éligible à l'avantage fiscal.

Construire et sécuriser les contreparties

■ Répondre à des attentes variées

En fonction de sa politique de mécénat et du projet soutenu, chaque mécène appréhende différemment la question des contreparties. Certains souhaitent uniquement voir leur nom associé au projet, d'autres espèrent impliquer largement leurs collaborateurs... Hier très orientées vers les relations publiques, les contreparties prennent désormais souvent une toute autre tournure. Sensibilisations, visites privées, interaction avec les acteurs du projet : une occasion pour le bénéficiaire du don de se faire connaître et de transmettre ses valeurs aux parties prenantes de l'entreprise (salariés et leur famille, clients, fournisseurs,...).

■ Encadrer la pratique

Dans tous les cas les contreparties doivent faire l'objet d'une construction commune et être inscrites dans la convention de mécénat afin de limiter les demandes abusives et de garantir une traçabilité en cas de contrôle fiscal. La convention devrait ainsi lister et quantifier précisément chaque contrepartie pour permettre sa valorisation (ex. : « *l'entreprise se verra remettre 10 catalogues de l'exposition soutenue en version française* » plutôt que « *l'entreprise se verra remettre des catalogues de l'exposition soutenue* »).

L'entreprise ne peut pas faire de ses contreparties une utilisation commerciale (ex : utilisation d'une mise à disposition d'espace pour l'organisation du lancement d'un nouveau produit).



Pour aller plus loin

- (1), (4) et (6) Loi de finances pour 2000 (n° 99-1172)
- (2) et (3) BOI 5 B-17-99 n°186 du 4 octobre 1999 relative aux réductions d'impôts accordées au titre des dons
- (5), (7), (8) et (9) BOI-BIC-RICI-20-30-10-20-20120912 BIC
- (10) Article L 241-3 du code de commerce pour les SARL et article L 242-6 pour les sociétés par actions
- (11) *Associations, fondations, congrégations, fonds de dotation 2012-2013*, Mémento pratique Francis Lefebvre, 2012
- (12) Cass. Crim. 14-5-2003 n°02-81.217
- (13) Cass. Crim. 9-1-2008 n°07-83.715
- *Mécénat et contreparties, quels enjeux ?*, mécènes n°2 (juin 2013)

Contreparties des versements effectués au titre du mécénat

(BOFIP)

C. Exemples

130 Les exemples suivants sont donnés à titre indicatif.

Exemple n°1 : Une association sportive locale dont le caractère non lucratif n'est pas remis en cause perçoit 100 000 euros par an d'une entreprise locale. Le nom de cette entreprise est inscrit sur un des panneaux du stade.

La contrepartie offerte par l'association ne peut pas être assimilée à une simple prestation publicitaire. Dans ce cas, le don n'est que signé par l'entreprise et le dispositif du mécénat est applicable.

Exemple n° 2 : Une association sportive amateur est qualifiée pour jouer un tour de coupe de France contre un club professionnel. La rencontre devient de ce fait un événement médiatique. Pour profiter de l'événement, une entreprise de la région verse une somme de 250 000 euros. En contrepartie, des panneaux publicitaires à son nom sont installés dans l'axe des caméras de télévision.

La contrepartie offerte ne peut être assimilée à un don « signé » par l'entreprise. Il s'agit d'une opération publicitaire.

Exemple n°3 : Une association de lutte contre une maladie rare édite dans sa revue interne la synthèse des travaux de recherche sur le sujet. La revue est financée par des sommes reçues de particuliers ou d'entreprises. En contrepartie, le nom des entreprises versantes est mentionné au dos de la revue.

Les circonstances de la mention du nom d'une entreprise ne permettent pas de qualifier l'opération d'opération publicitaire. Les sommes reçues peuvent bénéficier du dispositif en faveur de mécénat.

Exemple n° 4 : Une association de lutte contre une maladie rare édite dans sa revue interne la synthèse des travaux de recherche sur le sujet. La revue est financée par des sommes reçues de particuliers ou d'entreprises. En contrepartie, la revue comprend des pages entières de publicité en faveur des entreprises donatrices appelant à la consommation des produits qu'elles vendent.

Il ne s'agit pas d'une simple signature mais d'une réelle prestation publicitaire. Le régime en faveur du mécénat n'est pas applicable.

Exemple n° 5 : Une entreprise transmet sa collection d'art contemporain à un grand musée de province. Le nom de l'entreprise est inscrit sur l'ensemble des supports de communication du musée et largement médiatisé par la presse locale et nationale. L'entreprise dispose de 200 invitations gratuites pour son personnel, de quatre soirées réservées à des fins de relations publiques (elle assure le paiement de la totalité des frais supplémentaires induits pour le musée) et crée, sur son site Internet, une vitrine valorisant son acte de mécénat et proposant une visite virtuelle de l'exposition.

Le nom du mécène est associé aux opérations entreprises par l'organisme bénéficiaire. Il existe une disproportion marquée entre les contreparties offertes (publicité et « prestations ») et le montant du don. Il s'agit de mécénat.

Exemple n° 6 : Une entreprise de boissons soutient financièrement une grande manifestation festive. Sa marque phare apparaît sur l'ensemble des supports de communication et la manifestation est utilisée dans les slogans publicitaires de l'entreprise. En contrepartie, l'organisme organisateur accorde à l'entreprise une exclusivité de vente de cette boisson pendant la manifestation.

Le versement a pour contrepartie un objet commercial manifeste. Il s'agit de parrainage

Exemple n° 7 : Une entreprise informatique offre gratuitement à un important musée la création d'une base de données informatique de ses collections de dessins. L'entreprise apporte des heures d'ingénieurs et sa technologie. Son apport en nature est valorisé à 80 000 euros par an, pendant 2 ans. En contrepartie, le musée installe un cartel indiquant le nom de l'entreprise dans les salles consacrées aux dessins et sur l'ensemble des supports de communication. L'entreprise dispose par an de quatre soirées réservées pour une cinquantaine de clients et de 100 invitations gratuites pour son personnel.

Il s'agit d'une opération de mécénat en raison de la disproportion marquée entre le don et les contreparties reçues.

Si l'entreprise exigeait, en contrepartie du mécénat « technologique » que le musée équipe son centre de recherche exclusivement de son matériel informatique, alors la contrepartie serait une prestation directe de services et placerait l'opération sous le régime du parrainage.

Source : BOI-BIC-RICI-20-30-10-20-20120912 : BIC – Réductions d'impôts – Mécénat ou réduction d'impôt pour les dons en faveur d'œuvres d'intérêt général ou d'organismes agréés – Procédure de rescrit, forme des dons et estimation des biens donnés, contrepartie des versements effectués et sanction

Tout le monde connaît le produit-partage au quotidien... sans le savoir ! C'est, par exemple, le fameux sac à sapin vendu depuis 1993 au profit de Handicap International : prix de vente de 5 €, dont 1,50 € sont reversés à l'association.

Le produit-partage a conquis peu à peu les acteurs de la société civile : organismes cherchant à financer leurs projets et à bénéficier d'une visibilité supplémentaire sur des lieux de vente, consommateurs tentés par des achats « solidaires » qui les élèvent au rang de « consom'acteurs » et entreprises séduites par cette pratique marketing innovante.

Il n'existe toujours pas de définition « officielle » d'un produit-partage. En pratique, **il s'agit d'un produit ou d'un service dont une part du prix est donnée à un organisme d'intérêt général contre l'usage**

par l'entreprise de sa dénomination dans sa communication.

A mi-chemin entre enjeux marketing et enjeux citoyens, les opérations de produit-partage peuvent-elles être assimilées à du mécénat ? Cette question est récurrente en pratique et n'a pourtant jamais fait l'objet d'une interprétation officielle de la part de l'administration fiscale. La plupart du temps, le produit-partage s'apparente à une technique marketing, et non à une opération de mécénat, car il est utilisé pour déclencher un acte d'achat : l'action d'intérêt général est utilisée pour rechercher un impact sur les activités marchandes de l'entreprise. Fiscalement il s'agit dans ce cas d'une opération déductible des charges au titre du parrainage.

Un partenariat aux multiples facettes

Les opérations de produit-partage recouvrent des réalités très différentes tant en ce qui concerne la nature du produit vendu qu'au regard du mécanisme mis en place.

■ Prestation de services

Le produit ou service est souvent choisi par l'entreprise parmi des **produits préexistants**. Il peut être proposé :

- soit à l'ensemble des acheteurs potentiels,
- soit à des cibles plus déterminées (clients de l'entreprise ou donateurs de l'organisme).

La plupart du temps, l'organisme sans but lucratif n'a aucun rôle dans la commercialisation desdits produits ou services. Souvent le bénéficiaire de l'opération est choisi par l'entreprise, mais parfois c'est au consommateur que revient le choix du bénéficiaire parmi plusieurs associations présélectionnées, dans ce cas, c'est à lui de renvoyer directement un justificatif au bénéficiaire choisi.

Le produit ou service peut également être **créé spécifiquement** pour l'opération de produit-partage. Dans ce cas, le bénéficiaire de l'opération est généralement choisi par l'entreprise (ou une

entreprise spécifiquement démarchée par le bénéficiaire) et participe à la mise en œuvre de l'opération.

■ Les mécanismes de reversement

L'opération de produit-partage peut :

- **ne pas occasionner de surcoût pour le consommateur**. Dans ce cas, le client achète son produit au même prix que d'habitude, mais a l'opportunité de consommer de manière solidaire. Depuis 2004, Clairefontaine propose, par exemple, à l'occasion de la rentrée scolaire des produits-partage sur lesquels 0,30 € sont reversés à l'Unicef pour ses programmes d'éducation au Bangladesh, au Maroc, aux Philippines et au Niger.

- **être assortie d'une augmentation du prix du produit ou du service**. Dans ce cas, l'entreprise s'engage généralement à abonder le reversement. Par exemple, la Société Générale propose à ses clients de choisir pour 12.€ de plus une carte Collection caritative plutôt qu'une carte Visa classique. En échange elle s'engage à verser 0,05 € à l'association choisie à chaque paiement réalisé.

- être assortie d'une remise pour le consommateur, qui est validée par l'envoi du coupon-réponse associé au produit. Dans ce cas, le bénéfice du produit-partage est souvent conditionné au retour de la preuve

Précautions d'usage

■ Information du consommateur

Selon les recommandations de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) sur les appels à la générosité, reprises ensuite dans un rapport de la commission des finances du Sénat de 1996 améliorant le financement des associations concourant à l'action humanitaire en vue de leur permettre de participer plus efficacement à la lutte contre l'exclusion¹ :

« Lorsqu'une publicité propose la vente de produit ou service ou incite à assister à une manifestation et qu'un prix est mentionné, il y a lieu de préciser le montant ou le pourcentage de ce prix qui reviendra à l'organisme à vocation humanitaire.

Dans l'hypothèse où ce montant ne serait pas déterminable avant la réalisation de l'opération, une estimation ou les éléments servant de base au calcul de cette somme devront être mentionnés dans la publicité. »

■ Convention de produit-partage

Pour s'assurer que la somme attendue de l'entreprise est effectivement versée à l'organisme bénéficiaire, il convient de rédiger une convention pour chaque opération de produit-partage.

Ce contrat doit notamment prévoir :

- la définition de l'opération ;
- l'apport de l'organisme bénéficiaire (comme l'utilisation de son nom et de ses signes distinctifs) et le contrôle sur son image (par

Le traitement fiscal: produit-partage et mécénat

La question la plus fréquemment posée est de savoir si les souscripteurs du produit-partage peuvent bénéficier d'un reçu fiscal pour leur «.don.». A ce jour, la doctrine fiscale n'a jamais abordé cette question. L'opération de produit-partage est une pratique de marketing originale, donc commerciale avant tout, et une manière de responsabiliser l'acte d'achat. Elle semble néanmoins pouvoir être traitée comme une opération de mécénat sous certaines conditions considérées comme un faisceau d'indices.

d'achat effectué par le consommateur (ticket de caisse) et implique une démarche active de sa part puisqu'il doit renvoyer son coupon-réponse.

exemple, par le biais d'un bon à tirer) ;

- l'apport de l'entreprise et les modalités de calcul de ses versements ;
- les modalités de versement ;
- le droit de contrôle de l'organisme bénéficiaire sur l'opération et les fonds collectés ;
- le droit de contrôle éventuel de l'entreprise sur l'usage des fonds collectés ;
- les droits de propriété sur le fichier éventuel des souscripteurs du produit-partage ;
- la durée du contrat et ses conditions de résiliation.

■ Communication et fondation d'entreprise

L'entreprise peut souhaiter communiquer sur une opération de produit-partage à travers sa fondation. Dans ce cas l'opération de produit-partage est susceptible de créer des confusions entre la démarche marketing et commerciale de l'entreprise, d'une part, et la mission d'intérêt général de la fondation, d'autre part. Si la fondation communique sur une opération de produit-partage, il est recommandé que l'opération soit en adéquation avec les axes d'intervention de la fondation.

■ Pour le consommateur

Il est en général assez difficile pour le particulier consommateur de bénéficier d'un reçu fiscal et des avantages fiscaux liés à l'opération de mécénat, en raison de la difficulté de traçabilité du versement (achat dans un supermarché du produit) et du « micro-don » effectué.

■ Pour l'entreprise

Les retombées publicitaires de l'opération excluent en général la possibilité pour l'entreprise de bénéficier de l'avantage fiscal lié au mécénat

d'entreprise. Le plus souvent l'opération sera assimilée à une opération de parrainage (sponsoring) ainsi que l'a confirmé le Conseil d'Etat dans un arrêt du 5 février 2012² :

Une entreprise s'était engagée auprès de ses clients à reverser à des associations humanitaires 5 % au moins du prix de vente de ses produits. Elle avait ensuite déduit de ses résultats imposables l'intégralité de ces versements au titre de dépenses de parrainage. L'administration fiscale avait contesté cette déduction et requalifié l'opération en mécénat. Le Conseil d'Etat a confirmé qu'il s'agissait d'une opération de parrainage car les versements avaient été effectués dans l'intérêt direct de l'exploitation. En l'absence de partenariat et sans les retombées publicitaires engendrées, l'entreprise aurait en effet été dans l'impossibilité de vendre ses produits aux mêmes conditions.

Cependant, dans certains cas et sous certaines conditions, le produit-partage peut être assimilé à du mécénat, notamment lorsqu'il n'est pas utilisé pour augmenter les ventes et qu'il procède d'une intention libérale. **Il y a alors quelques principes à respecter pour s'assurer qu'une opération de produit-partage respecte la philosophie du mécénat**, notamment :

- L'entreprise s'engage à verser à son partenaire une **somme fixe minimum** indépendante du volume de vente qui sera réalisé dans le cadre de l'opération.
- La commercialisation du bien ou du service doit être faite **par l'entreprise** et non par son partenaire associatif.
- Les coûts de communication sont entièrement **à la charge de l'entreprise**.
- Le prix de vente **ne doit pas être augmenté**.

la somme reversée au partenaire est prise sur la marge effectuée par l'entreprise car c'est l'entreprise qui donne et non le client.

- L'opération doit faire l'objet d'une grande **transparence sur les supports de vente** : le client final doit être informé de la part du prix de vente qui sera reversée au partenaire.

- L'entreprise peut mettre en place une campagne de publicité avec le logo de l'organisme bénéficiaire et l'indication du montant reversé ; en revanche, **l'organisme bénéficiaire ne s'engage pas à faire de publicité** incitant à l'achat du produit ou service.

- L'organisme bénéficiaire doit être **éligible au mécénat** au titre de l'article 238 bis du Code général des impôts et l'entreprise ne doit pas recevoir de contrepartie à son versement.

- Les opérations de produit-partage autour de la **vente de nouveaux produits par l'entreprise ne peuvent être qualifiées de mécénat** car elles peuvent constituer une opération publicitaire.

- Il est préférable que l'information sur l'opération de produit-partage ne soit relayée qu'**auprès d'une clientèle captive**.

- L'opération de produit-partage doit être **ponctuelle** (quelques semaines tout au plus).

Un exemple de produits-partage assimilable à du mécénat : une entreprise de prêt-à-porter met en vente un T-shirt en s'engageant à reverser un part définie du prix de vente à une œuvre d'intérêt général. L'entreprise s'engage par ailleurs à un don minimum au profit de son partenaire. Le logo de l'association n'apparaît pas sur le produit et l'opération ne donne lieu à aucune communication à l'exception de flyers disponibles dans les points de vente



Pour aller plus loin

- (1) Rapport n° 255 (1995-1996) de M. Jacques OUDIN, fait au nom de la commission des finances, déposé le 6 mars 1996
- (2) CE 15 février 2012, n°340855
- Guide juridique et fiscal du mécénat et des fondations, Me Olivier Binder, Admical, 2007

Le reçu de dons aux oeuvres

(OUTIL)

 N° 11580*03	Reçu au titre des dons à certains organismes d'intérêt général <small>Articles 200, 238 bis et 885-0 V bis A du code général des impôts (CGI)</small>	Numéro d'ordre du reçu <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/>
Bénéficiaire des versements		
Nom ou dénomination :		
Adresse : N° Rue Code postal Commune		
Objet :		
Cochez la case concernée (1) :		
<input type="checkbox"/> Association ou fondation reconnue d'utilité publique par décret en date du/...../..... publié au Journal officiel du/...../..... ou association située dans le département de la Moselle, du Bas-Rhin ou du Haut-Rhin dont la mission a été reconnue d'utilité publique par arrêté préfectoral en date du/..../.....		
<input type="checkbox"/> Fondation universitaire ou fondation partenariale mentionnées respectivement aux articles L. 719-12 et L. 719-13 du code de l'éducation		
<input type="checkbox"/> Fondation d'entreprise		
<input type="checkbox"/> Oeuvre ou organisme d'intérêt général		
<input type="checkbox"/> Musée de France		
<input type="checkbox"/> Établissement d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique public ou privé, d'intérêt général, à but non lucratif		
<input type="checkbox"/> Organisme ayant pour objet exclusif de participer financièrement à la création d'entreprises		
<input type="checkbox"/> Association culturelle ou de bienfaisance et établissement public des cultes reconnus d'Alsace-Moselle		
<input type="checkbox"/> Organisme ayant pour activité principale l'organisation de festivals		
<input type="checkbox"/> Association fournissant gratuitement une aide alimentaire ou des soins médicaux à des personnes en difficulté ou favorisant leur logement		
<input type="checkbox"/> Fondation du patrimoine ou fondation ou association qui affecte irrévocablement les dons à la Fondation du patrimoine, en vue de subventionner les travaux prévus par les conventions conclues entre la Fondation du patrimoine et les propriétaires des immeubles (article L. 143-2-1 du code du patrimoine)		
<input type="checkbox"/> Établissement de recherche public ou privé, d'intérêt général, à but non lucratif		
<input type="checkbox"/> Entreprise d'insertion ou entreprise de travail temporaire d'insertion (articles L. 5132-5 et L. 5132-6 du code du travail).		
<input type="checkbox"/> Associations intermédiaires (article L. 5132-7 du code du travail)		
<input type="checkbox"/> Ateliers et chantiers d'insertion (article L. 5132-15 du code du travail)		
<input type="checkbox"/> Entreprises adaptées (article L. 5213-13 du code du travail)		
<input type="checkbox"/> Agence nationale de la recherche (ANR)		
<input type="checkbox"/> Société ou organisme agréé de recherche scientifique ou technique (2)		
<input type="checkbox"/> Autre organisme :		

(1) ou n'indiquez que les renseignements concernant l'organisme
 (2) dons effectués par les entreprises

Donateur

Nom :

Prénoms :

Adresse :

Code postal **Commune**

Le bénéficiaire reconnaît avoir reçu au titre des dons et versements ouvrant droit à réduction d'impôt, la somme de :

euros

Somme en toutes lettres :

Date du versement ou du don :/...../.....

Le bénéficiaire certifie sur l'honneur que les dons et versements qu'il reçoit ouvrent droit à la réduction d'impôt prévue à l'article (3) : 200 du CGI 238 bis du CGI 885-0 V bis A du CGI

Forme du don :

Acte authentique Acte sous seing privé Déclaration de don manuel Autres

Nature du don :

Numéraire Titres de sociétés cotés Autres (4)

En cas de don en numéraire, mode de versement du don :

Remise d'espèces Chèque Virement, prélèvement, carte bancaire

(3) L'organisme bénéficiaire peut cocher une ou plusieurs cases.

L'organisme bénéficiaire peut, en application de l'article L. 80 C du livre des procédures fiscales, demander à l'administration s'il relève de l'une des catégories d'organismes mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

Il est rappelé que la délivrance irrégulière de reçus fiscaux par l'organisme bénéficiaire est susceptible de donner lieu, en application des dispositions de l'article 1740 A du code général des impôts, à une amende fiscale égale à 25 % des sommes indûment mentionnées sur ces documents.

(4) notamment : abandon de revenus ou de produits ; frais engagés par les bénévoles, dont ils renoncent expressément au remboursement

Date et signature

...../...../.....

Exemple de convention de mécénat

(OUTIL)

Entre

Le Bénéficiaire,
dont le siège est situé au
représentée par son Président....., ci-après dénommée
« le Bénéficiaire »
d'une part :

Et

L'entreprise
dont le siège social est situé
représentée par M.....
ci-après dénommée « le Donateur »
d'autre part :

Article 1 – Objet de la convention

La présente convention a pour objet de préciser les modalités du mécénat apporté par le Donateur au Bénéficiaire dans le cadre de l'organisation de

Article 2 – Les obligations du donateur :

Le Donateur décide d'apporter au Bénéficiaire un mécénat en numéraire d'un montant de€ dans le cadre de l'article 238 bis du Code général des impôts.

Article 3 - Echancier

Le règlement est effectué par virement à l'ordre de, sur le compte n°.....à la banque

Les versements seront effectués selon l'échéancier suivant :

- le, un versement de€, soit% du total du versement
- le, un versement de€, soit% du total du versement

Article 3 – Les obligations du Bénéficiaire :

Le Bénéficiaire reconnaît expressément remplir les conditions d'éligibilités pour bénéficier des dispositions de l'article 238 bis du Code général des impôts. Le Bénéficiaire délivrera au Donateur un reçu de dons aux œuvres conforme au modèle CERFA 11580*03.

Le Bénéficiaire s'engage à utiliser les fonds versés par le Donateur pour financer le projet décrit à l'article 1.

Le Bénéficiaire s'engage à informer régulièrement le Donateur du déroulement du projet.

Article 4 – Les contreparties :

Le Donateur pourra s'il le souhaite bénéficier de contreparties. Dans le cadre du mécénat il doit exister une disproportion marquée entre le montant du don et les contreparties proposées. Il a été convenu que les contreparties suivantes, dont la valorisation n'est pas supérieure à 25% de la valeur du don, seraient accordées au Donateur.

Description des contreparties.....

Article 5 – Documents de communication et de promotion

La mention du nom du Donateur, et/ou la mention de son logo figureront sur l'ensemble des supports destinés à la communication du projet.....

Article 6 – Co-partenariat :

Le Bénéficiaire s'engage à n'accepter aucun autre mécène du secteur dans le cadre de l'organisation de la Manifestation.

Article 7 – Durée :

La présente convention prend effet à compter du jusqu'au

Article 8 – Résiliation :

La présente convention pourra faire l'objet d'une résiliation par l'une des parties en cas de :

- non exécution de l'une des clauses de la présente convention par l'autre partie après mise en demeure de cette dernière par lettre recommandée avec accusé de réception d'exécuter son obligation par l'autre partie restée infructueuse ;
- cessation de l'activité de l'une des deux parties.

Si l'inexécution des présentes est le fait du Donateur, les sommes versées resteront acquises au Bénéficiaire.

Article 9 – Litige

En cas de litige relatif à l'interprétation ou l'exécution de la présente convention une phase de médiation de deux mois est envisagée entre les parties.

Si aucune solution amiable ne peut-être trouvée dans ce délai, les parties font attribution de compétence aux tribunaux compétents de

Fait à ..., le ..., en exemplaires originaux.

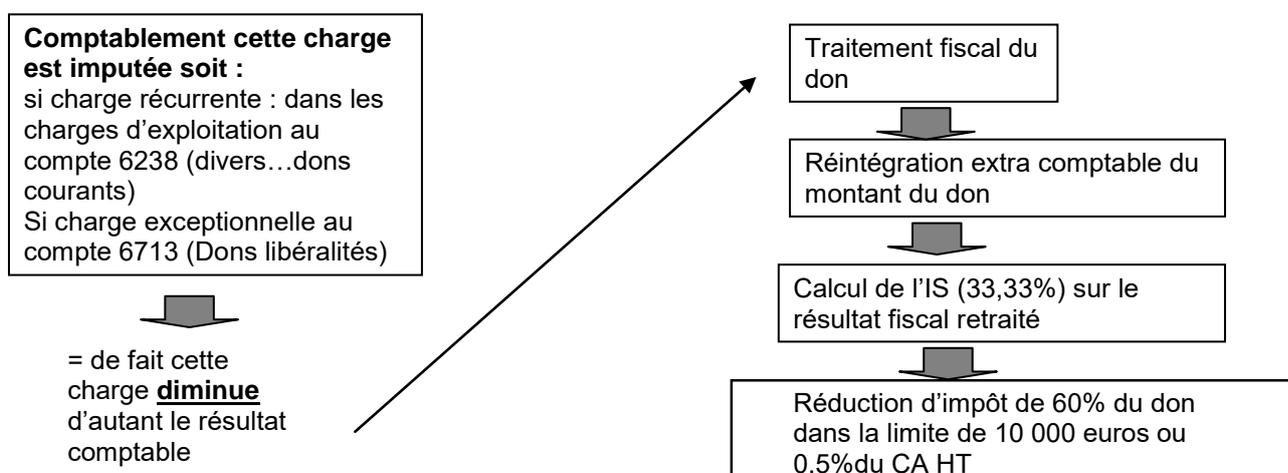
Pour le Donateur

Pour le Bénéficiaire

Le traitement comptable et fiscal des opérations de mécénat

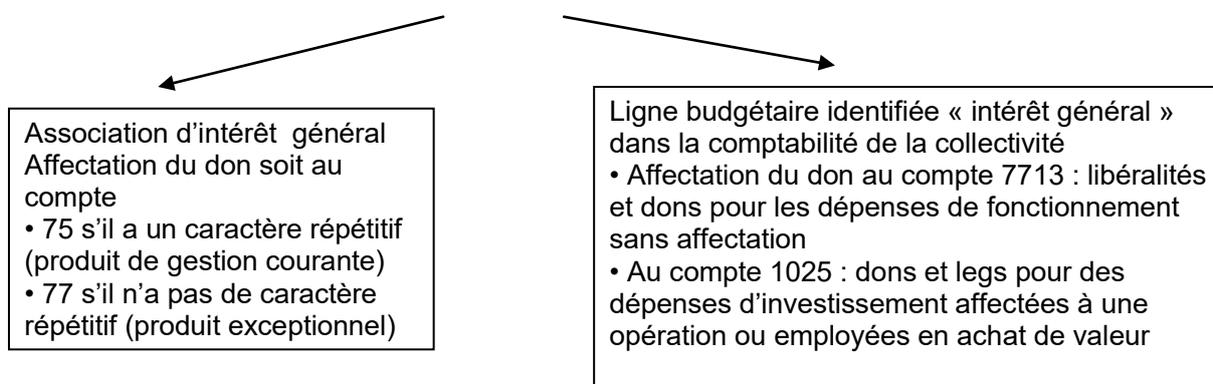
Traitement comptable et fiscal d'un don au titre du mécénat pour l'entreprise soumise à l'impôt sur les sociétés

Le mécénat s'analyse comme **une charge** pour l'entreprise versante.



Traitement comptable et fiscal d'un don au titre du mécénat reçu par un organisme d'intérêt général et par une collectivité

Le mécénat s'analyse comme **un produit** pour le bénéficiaire.



Remarque : Si l'association est sectorisée le don est affecté au secteur non commercial, non imposable

Traditionnel et facile à mettre en œuvre, le mécénat financier ne répond pas toujours au souhait de l'entreprise et ne correspond parfois pas à sa trésorerie disponible. Le mécène peut lui préférer ou choisir de le compléter par un don ou une mise à disposition gratuite de biens ou de services. Don de produit, prêt de main d'œuvre... le « mécénat en nature » recouvre bien des réalités. Il s'agit d'un véritable engagement de la part de l'entreprise, qui, pour être efficace, doit répondre à un besoin identifié au sein de la structure soutenue.

Un mécénat protéiforme

■ Don de biens matériels

Le don emporte transfert de propriété.

Don d'un bien inscrit dans un compte d'immobilisation

Un bien inscrit sur un registre d'immobilisation est un bien qui ne se consomme pas dès le premier usage et qui est destiné à servir de façon durable à l'activité de l'entreprise (ex : immeuble, ameublement, outil de production, véhicule...). Une entreprise peut choisir de faire don de certaines de ses immobilisations (par exemple une partie de son parc informatique) au profit d'une association.

Précautions d'usage concernant les biens immobiliers : s'assurer que la structure bénéficiaire est en capacité de recevoir de telles libéralités ; procéder obligatoirement par acte authentique (devant notaire).

Don d'une marchandise figurant dans un compte de stock

Il peut s'agir de biens acquis à titre onéreux par l'entreprise ou de biens produits par l'entreprise elle-même et destinés à la vente. L'entreprise peut choisir d'en faire don à une structure d'intérêt général (ex : une entreprise d'ameublement fournit gratuitement du mobilier pour équiper un espace d'accueil pour des personnes sans domicile fixe).

■ Mise à disposition de moyens

Prêt d'un bien immobilier

L'entreprise peut accueillir occasionnellement ou plus durablement des structures d'intérêt général dans ses locaux. Cette mise à disposition d'espace n'emporte pas transfert de propriété.

Prêt de matériel

De la même manière, la mise à disposition gratuite de matériel n'emporte pas transfert de propriété. Une entreprise de la grande distribution peut par exemple mettre à disposition d'une association des camions frigorifiques dans le cadre d'une collecte alimentaire.

Mise à disposition de moyens humains : le mécénat de compétences

Prêt de main d'œuvre ou prestation de services gratuite, le mécénat de compétences est une forme particulière de mécénat en nature. Il fait l'objet d'un développement spécifique dans une autre fiche Repères¹.

■ Le mécénat technologique

Le mécénat technologique permet de mobiliser le savoir-faire – l'expertise spécifique – d'une entreprise au profit d'une structure d'intérêt général. Ex : une entreprise de software met en place une application Smartphone pour un musée.

Reconnaissance et valorisation par l'administration fiscale

L'évaluation du mécénat en nature s'effectue selon les modalités prévues au Bulletin Officiel des Finances Publiques – Impôts². Le reçu délivré par le bénéficiaire du don « peut comporter uniquement une description physique des biens reçus sans aucune valorisation ou mentionner une valorisation effectuée par l'association ou sur la base des informations données par les entreprises »³.

Dans tous les cas, l'entreprise devra être en capacité de prouver, en cas de contrôle, la valorisation de son don en nature :

« il ne saurait être considéré, sauf dans le cas d'une collusion entre le donataire et le donateur, qu'une association a délivré irrégulièrement un reçu. (...) En cas d'évaluation erronée du don en nature, le montant de la réduction d'impôt dont l'entreprise donatrice a bénéficié sera remis en cause y compris dans l'hypothèse où elle disposerait d'un reçu délivré par l'association »³.

■ **Don de biens matériels**

Don d'un bien inscrit dans un compte d'immobilisation

En faisant don d'un bien immobilisé, l'entreprise réalise une perte équivalant à la valeur vénale du bien à la date du don. La réduction d'impôt sera calculée en fonction de ce montant.

Ex : la valeur vénale d'un ordinateur au jour du don est de 200€, l'entreprise mécène pourra bénéficier d'une réduction d'impôt de 120€.

Par ailleurs le don d'un bien immobilisé emportant transfert de propriété, il constitue une mutation à titre gratuit. La plus-value est donc imposable, le cas échéant, au taux de droit commun.

Don d'une marchandise figurant dans un compte de stock

Pour une marchandise inscrite sur un compte de stock, le don est valorisé à la valeur en stock de la marchandise, c'est-à-dire à son coût de revient :

- Pour les biens acquis à titre onéreux par l'entreprise, le coût de revient constitue le prix d'achat auquel, d'une part, on soustrait les diverses remises qui ont pu être faites, et, d'autre part, on ajoute les frais de transport, de manutention et autres coûts pris en charge par l'entreprise en vue de son acquisition.

- Pour les biens produits par l'entreprise elle-même, le coût de revient comprend le coût d'achat des matières et fournitures consommées, auquel on ajoute les charges de production.

Concernant les denrées alimentaires, l'administration fiscale a précisé qu'il faut prendre en compte leur valeur nette comptable. Par conséquent, dans le cas où un produit alimentaire arriverait à péremption, la valeur nette comptable est nulle, interdisant in fine tout avantage fiscal pour l'entreprise. Néanmoins, si l'entreprise achemine les produits, elle pourra bénéficier d'une réduction d'impôt calculée sur les coûts engendrés par le transport³.

■ **Mise à disposition de moyens**

Prêt d'un bien immobilier

Le bail gratuit accordé à un bénéficiaire d'intérêt général, pourra être valorisé à hauteur de la valeur locative calculée au prorata de la surface mise à disposition et du temps d'occupation.

NB : S'agissant d'un local, la taxe professionnelle doit être acquittée :

- si le bénéficiaire du don n'est pas imposable à la taxe professionnelle, c'est à l'entreprise qu'il revient de la payer à moins que les locaux soient non meublés et que l'entreprise en soit propriétaire ;
- dans le cas rare où l'organisme bénéficiaire du don est imposable à la taxe professionnelle, c'est à lui de la payer.

Prêt de matériel

La valorisation d'une mise à disposition de matériel correspond à sa valeur locative.

Mise à disposition de moyens humains : le mécénat de compétences

- Un prêt de main d'œuvre pourra être valorisé à hauteur du salaire chargé du collaborateur mis à disposition, calculé au prorata du temps passé aux côtés du bénéficiaire.
- Dans le cadre d'une prestation de service gratuite, le don est valorisé au prix de revient.

Pour plus de précisions, consultez la fiche Repères dédiée au mécénat de compétences¹.

La convention de mécénat en nature

Les principales questions à se poser dans le cadre de la rédaction d'une convention de mécénat sont détaillées dans une fiche pratique dédiée. Si la rédaction d'un acte écrit n'est pas obligatoire, elle est fortement recommandée et semble quasiment indispensable compte tenu de la spécificité de certains dons en nature.

La mise à disposition de locaux ou de matériel s'analyse comme un bail gratuit ou un contrat de prêt à titre gracieux : la convention devra par conséquent reprendre les éléments essentiels de ce type de contrats, tenant notamment aux

questions de responsabilité (en cas de dégradation ou de perte) et d'assurances (notamment pour déterminer leur étendue et le souscripteur).

La convention de mécénat en nature devra par ailleurs détailler l'engagement du mécène : description précise de l'objet du don, prise en charge ou non de la livraison, ...

Pour plus de précisions sur les spécificités de la convention de mécénat de compétences, consultez la fiche Repères dédiée au mécénat de compétences¹.

Pour connaître les implications du don en nature en matière de TVA, consultez la fiche Repères dédiée⁴.

Cette publication s'inscrit dans les principes éthiques de la Charte du mécénat d'entreprise publiée par Admical. Pour en savoir plus ou devenir signataire, rendez-vous sur www.admical.org



Pour aller plus loin

- (1) *Les Repères Admical n°3 – Le mécénat de compétences*, 2018
- (2) BOFIP-Impôts, BOI-BIC-RICI-20-30-10-20, 3 janvier 2018
- (3) Rescrit 21 juillet 2009, RES n°2009
- (4) *Les Repères Admical n°8 – Mécénat et TVA*, 2018
- *Guide juridique et fiscal du mécénat et des fondations*, Me Olivier Binder, Admical, 2007
- *Guide du mécénat, entreprises et associations*, Ministère de la Jeunesse et des Solidarités actives
- *Don alimentaire - Le guide*, ANIA-FCD-FNSEA-SOLAAL, octobre 2013

Le mécénat de compétences est une forme particulière de mécénat apparentée au mécénat en nature et consistant pour l'entreprise à mettre à disposition un salarié sur son temps de travail au profit d'un projet d'intérêt général¹. L'implication des collaborateurs fait partie des principales préoccupations des entreprises mécènes et le mécénat de compétences est, dans ce cadre, le dispositif le plus abouti. S'il est complexe à mettre en place et concerne encore peu les petites entreprises, il suscite en revanche un engouement croissant de la part des entreprises de plus de 100 salariés².

Un mécénat aux multiples facettes

L'entreprise propose, dans un cadre précis, un transfert gratuit de compétences en faveur d'un projet d'intérêt général, en mettant à disposition des salariés volontaires, pendant leur temps de travail. Cette mise à disposition de personnel par le mécène peut se traduire de deux manières : soit dans le cadre d'une prestation de services, soit dans le cadre d'un prêt de main d'œuvre.

■ Prestation de services

L'entreprise s'engage à réaliser une tâche déterminée au profit d'une structure bénéficiaire. C'est le cas par exemple lorsqu'une entreprise du bâtiment prend en charge la restauration d'un monument historique pour le compte d'une institution culturelle. C'est également le cas lorsqu'une agence de communication réalise gratuitement une campagne pour une ONG. Ces pratiques s'apparentent à celles du pro bono anglo-saxon, mise à disposition gratuite d'un service d'une entreprise ou des compétences liées au métier d'un salarié.

Le personnel qui intervient dans la réalisation de la prestation de services demeure sous la direction et le contrôle de l'entreprise mécène qui assure seule la maîtrise et le suivi de la tâche. Le prestataire répond à l'égard du bénéficiaire des responsabilités de l'entrepreneur et souscrit une obligation de moyens ou de résultat.

Le prestataire est l'employeur de ses salariés. Il assure les déclarations et règlements sociaux afférents à leur salaire. Le personnel mis à disposition demeure inclus dans les effectifs de l'employeur pour le calcul des seuils définis par le droit social (représentants du personnel, comité d'entre-

prise...).

Le contrat de prestation de services au titre du mécénat, même s'il implique l'intervention de personnel, est licite dès lors qu'il ne recouvre pas une opération de fourniture de main-d'œuvre à but lucratif, ayant pour effet de causer un préjudice aux salariés qu'elle concerne ou d'éluder l'application des dispositions de la loi, des règlements et des conventions ou des accords collectifs de travail.

■ Prêt de main-d'œuvre

L'entreprise mécène met des salariés à disposition du bénéficiaire qui s'en voit transférer la direction et le contrôle. L'employeur ne contracte dans cette hypothèse aucune obligation envers le tiers autre que la simple mise à disposition du personnel en cause.

L'opération porte donc exclusivement sur le travail d'autrui et ce prêt revêt un caractère non lucratif, les opérations de mise à disposition de personnel à but lucratif n'étant autorisées que pour les entreprises de travail intérimaire³.

L'entreprise mécène demeure l'employeur du personnel au regard de ses obligations juridiques et sociales. La structure bénéficiaire est, quant à elle, responsable des conditions d'exécution du travail. Le personnel mis à disposition temporairement reste inclus dans l'effectif de l'entreprise d'origine mais peut-être inscrit sur les listes électorales de la structure d'accueil pour les élections des délégués du personnel.

Les employeurs sont tenus de déclarer le prêt de main-d'œuvre à la caisse d'assurance maladie s'il est de nature à aggraver les risques encourus par le personnel.

Reconnaissance et valorisation par l'administration fiscale

Le mécénat de compétences ouvre-t-il droit aux avantages fiscaux liés au mécénat d'entreprise ? La loi du 1er août 2003 ne précise rien mais l'administration répond à cette question dans une instruction fiscale de 2004 :

« Peut constituer un don en nature la mise à disposition de personnel au profit d'une association répondant à la condition d'intérêt général et présentant un des caractères prévus à l'article 238 bis du C.G.I.. Ainsi, une entreprise qui met gratuitement un de ses salariés à disposition d'une association, quelques heures par semaine peut bénéficier de la réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis précité. Bien entendu, le salarié mis à disposition d'un organisme répondant aux conditions susvisées devra exercer réellement et effectivement une activité au sein de cet organisme. Le don sera évalué à son prix de revient, c'est-à-dire rémunération et charges sociales y afférentes. Les dons effectués en application de l'article 238 bis déjà cité n'étant plus déductibles du résultat fiscal, le montant résultant de cette évaluation devra être réintégré extra-comptablement dans les conditions précisées au paragraphe n° 49 »⁴.⁷

Le mécénat de compétences est donc une forme de mécénat en nature et permet, au même titre que ce dernier, de bénéficier d'une réduction d'impôt.

Dans le cas d'une **prestation de services**, c'est le coût de revient de l'opération qui sera pris en compte pour valoriser l'opération de mécénat et connaître le montant de la réduction d'impôt à laquelle l'entreprise peut prétendre. Par exemple des travaux d'un montant estimé de 150 000 € sont prévus pour la construction d'un centre d'art et de culture. La marge commerciale est de 20%, elle est égale à 30 000 €, le prix de revient est donc de 120 000 € si l'entreprise de travaux décide d'offrir la prestation en mécénat de compétences, elle aura droit à une réduction d'impôt de 72 000 €, c'est-à-dire de 60% du prix de revient de 120 000 €

Dans le cas d'un **prêt de main-d'œuvre**, c'est le salaire chargé du salarié qui sera pris en compte, au pro rata temporis, pour valoriser l'opération de mécénat. Par salaire chargé il faut entendre le salaire brut du salarié auquel s'ajoutent les charges sociales et fiscales patronales (URSSAF, caisses de retraite, Pôle emploi, formation professionnelle continue, taxe d'apprentissage, taxe sur les salaires et, éventuellement, mutuelle). Par exemple, une entreprise met à disposition d'une fondation de lutte contre l'illettrisme des membres de son personnel sur leur temps de travail, 2 heures par mois, pour qu'ils assurent des cours de soutien scolaire. L'entreprise pourra déduire de ses impôts 60% du salaire chargé, au pro rata temporis, des personnes mises à disposition.

Quelles conséquences en termes de responsabilité ?

Qu'il s'agisse d'une prestation de services ou d'un prêt de main-d'œuvre, l'entreprise mécène conserve le lien de subordination sur ses salariés ainsi que sa responsabilité tant civile que pénale à leur égard. En effet, l'article 1242 alinéa 5 du Code civil indique qu'« on est responsable non seulement du dommage que l'on cause par son propre fait, mais encore de celui qui est causé par le fait des personnes dont on doit répondre ou des choses que l'on a sous sa garde (...) ; les commettants sont responsables du dommage causé par leurs préposés dans les fonctions dans lesquelles ils les ont employés ».

Toutefois, l'employeur, contractuellement, peut transmettre le pouvoir de donner des instructions

au bénéficiaire de la mise à disposition, qui devient alors le commettant du salarié. Chaque fois, il faut examiner qui a le pouvoir de contrôle sur le préposé. Le plus souvent, le chef d'entreprise sera responsable des dommages causés par le salarié.

Le commettant n'est responsable que si le préposé est lui-même responsable et que le fait dommageable se rapporte à ses fonctions. Toutefois, la jurisprudence a largement étendu cette dernière condition : le commettant peut être responsable de certains dommages que le préposé a commis hors de ses fonctions.

Les droits du salarié mis à disposition

L'article L8241-2 du Code du travail encadre précisément les droits du salarié mis à disposition.

Le salarié mis à disposition doit donner son accord dans un avenant au contrat de travail précisant le contenu des tâches, les caractéristiques du poste, les lieux et les horaires de travail. Il peut refuser la mise à disposition en invoquant la modification d'une clause essentielle de son contrat de travail, par exemple si le lieu de la mise à disposition est différent de son lieu de travail habituel. Son refus ne pourra en aucun cas être sanctionné ou donner lieu à un licenciement ou à une quelconque mesure

discriminatoire.

A l'issue de la mise à disposition, le salarié doit impérativement retrouver son poste d'origine ou un poste équivalent dans l'entreprise sans que l'évolution de sa carrière ou de sa rémunération ne soit affectée par la période de mise à disposition.

La couverture sociale du salarié est inchangée. Le salarié mis à disposition a accès aux installations et moyens de transport collectif dont bénéficient les salariés du bénéficiaire.

Le comité d'entreprise ou, à défaut, les délégués du personnel de l'entreprise, doivent être consultés avant la mise en œuvre du prêt de main-d'œuvre et être informés des différentes conventions signées. Le comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) de l'entreprise doit être informé

si le poste occupé dans l'organisme bénéficiaire figure dans la liste de ceux présentant des risques particuliers pour la santé ou la sécurité des salariés. Le CHSCT ou, à défaut, les délégués du personnel de l'organisme bénéficiaire doivent également être informés.

La convention de mécénat de compétence

Si elle reprend les éléments habituels de la convention de mécénat⁵, la convention de mécénat de compétences doit aussi être complétée de quelques éléments spécifiques :

- l'**objet** de la convention doit décrire l'opération et préciser notamment s'il s'agit d'une prestation de services ou d'un prêt de main-d'œuvre ;

- **les obligations du mécène** doivent prévoir l'identité et la qualification du ou des salariés mis à disposition ainsi que les tâches à remplir, le

lieu d'exécution, les horaires et la durée de la mise à disposition ;

- **la durée** de la convention doit être en corrélation avec le contrat de travail du salarié ;

- concernant **les assurances**, il est essentiel de préciser, dans le cadre d'un prêt de main-d'œuvre, si le bénéficiaire doit être considéré civilement responsable du personnel (responsabilité prévue à l'article 1242 alinéa 5 du Code civil).

Les règles à respecter en pratique

■ Le mécénat de compétences doit...

- répondre à un besoin réel et identifié de l'organisme bénéficiaire ; - recevoir l'accord du salarié ; - faire appel aux compétences personnelles du salarié ou à ses compétences métier ; - concerner des missions ponctuelles.

- un outil d'optimisation fiscale au service de la gestion des ressources humaines ;

- un outil de développement commercial : la prestation de service réalisée gratuitement ne doit pas constituer un produit d'appel favorisant la signature de contrats commerciaux ;

- un substitut à un emploi qui aurait pu être créé dans la structure bénéficiaire.

■ Le mécénat de compétences n'est pas...

- un bénévolat encadré ou suscité par l'entreprise : le salarié est mis à disposition sur son temps de travail ;

Cette publication s'inscrit dans les principes éthiques de la Charte du mécénat publiée par Admical. Pour en savoir plus ou devenir signataire, rendez-vous sur www.admical.org



Pour aller plus loin

- (1) et (4) BOI 4 C-5-04 n°112 du 13 juillet 2004 relative aux mesures visant à encourager le mécénat d'entreprise
- (2) Enquête Admical-CSA 2012, Le mécénat d'entreprise en France
- (3) Article L8241-1 du Code du travail
- (5) Fiche pratique Admical n°16, La convention de partenariat
- Modèle Admical de convention de mécénat de compétences
- Entreprises&mécénat n°136, Mécénat de compétences à forte valeur ajoutée
- Jurisassociations n°385, Le mécénat de compétences, une autre source de financement
- Les Repères Admical n°2, Mécénat et marchés publics

Structures généralistes

	Fondation reconnue d'utilité publique (FRUP)	Fondation d'entreprise (FE)	Fondation sous égide (FSE)	Fonds de dotation (FDD)	Association loi 1901	Association reconnue d'utilité publique (ARUP)
Création	Loi n°87-571 modifiée (art.18) ; décr. n°91-1005 ; statuts-types (mars 2012).	Loi n°87-571 modifiée (art.19) ; loi n°2003-709 (art. 11 et 12) ; décr. n°91-1005 ; décr. n°2002-998 ; loi ESS n°2014-856 (art. 81 et 82).	Loi n°87-571 modifiée (art. 20) ; décr. no 91-1005.	Loi n° 2008-776 (art. 140 et 141) ; décr. n°2009-158 ; loi ESS n°2014-856 (art. 85).	Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association.	Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (art. 10 à 12) ; statuts-types (sept. 2009).
Bases juridiques	Affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général.	Versement irrévocable de fonds par une ou plusieurs entreprises en vue de la réalisation d'une œuvre d'intérêt général.	Affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général via une fondation abritante.	Affectation irrévocable d'un patrimoine en vue de sa capitalisation. Les revenus seront utilisés pour soutenir une œuvre d'intérêt général.	Regroupement libre de personnes autour d'une activité commune dans un but non lucratif.	La RUP est délivrée à une asso. loi 1901 qui remplit les critères suivants : <ul style="list-style-type: none"> • but d'intérêt général • influence et rayonnement • transparence et désintéressement • solidité financière • ancienneté (3 ans minimum).
Objet						
Fondateurs	Une ou plusieurs personnes physiques ou morales, de droit privé ou, exceptionnellement, de droit public.	Une ou plusieurs personnes morales de droit privé : sociétés civiles, sociétés commerciales, EPIC, coopératives, institutions de prévoyance et mutuelles.	Une ou plusieurs personnes physiques ou morales.	Une ou plusieurs personnes physiques ou morales.	Au moins deux personnes physiques ou morales, de droit privé ou public.	Idem asso. loi 1901.
Procédure de constitution	Décret en Conseil d'Etat après demande au Ministère de l'Intérieur.	Arrêté préfectoral ; publication au JORF.	Sur délibération de la fondation abritante ; contrôle d'opportunité.	Déclaration en préfecture et publication au JORF.	Déclaration en préfecture et publication au JORF.	Décret en Conseil d'Etat après demande au Ministère de l'Intérieur.
Personnalité juridique	OUI	OUI	NON	OUI	OUI	OUI
Durée	Illimitée ou dotation consommable.	5 ans minimum.	Selon convention passée avec l'organisme abritant.	Selon les statuts.	Selon les statuts.	Illimitée.

Structures généralistes

Financement	Fondation reconnue d'utilité publique (FRUP)	Fondation d'entreprise (FE)	Fondation sous égide (FSE)	Fonds de dotation (FDD)	Association loi 1901	Association reconnue d'utilité publique (ARUP)
Dotations	Dotation en capital obligatoire (en pratique 1,5 M€). Versement sur 10 ans max. Consumptible ou non.	Dotation facultative. Programme d'action pluriannuel (PAP) minimum de 150 K€ sur 5 ans.	Selon convention passée avec l'organisme abritant.	Dotation obligatoire de 15 K€. Consumptible ou non.	Pas de dotation initiale obligatoire.	Dotation obligatoire. Conditions de solidité et d'autonomie financière : • ressources annuelles supérieures à 46 K€ ; • subventions publiques n'excédant pas la moitié du budget.
Ressources	Rétribution du capital initial, apport possible de versements annuels, subventions, dons et legs, appel à la générosité publique, rétribution pour services rendus.	Versements issus du PAP ; subventions ; rétributions pour services rendus ; dons des salariés, mandataires sociaux, sociétaires, adhérents ou actionnaires de l'entreprise fondatrice ou du groupe auquel elle appartient ; produits de placement financier.	Bénéfice de la capacité financière de l'organisme abritant sauf appel à la générosité publique.	Revenus de la dotation, dons et legs, revenus des activités autorisées par les statuts, appel à la générosité publique sur autorisation (conditions fixées par décret), subventions publiques (sur arrêté ministériel).	Adhésion des membres, subventions, dons manuels, mécénat si d'intérêt général, patrimoine immobilier, rétribution pour services rendus. En outre pour les associations déclarées depuis 3 ans au moins et qui sont d'intérêt général : dons et legs ; immeubles de rapport acquis à titre gratuit.	Idem asso. loi 1901 + dons et legs
Obligations comptables	Nomination d'un CAC, publication des comptes annuels et communication aux min. de l'intérieur et de tutelle et à la préfecture.	Nomination d'un CAC ; publication des comptes annuels et communication à la préfecture.	Tutelle de l'organisme abritant.	Nomination d'un CAC si ressources > 10 K€. Publication des comptes annuels et communication à la préfecture.	A partir de 153 K€ de dons ou de subventions par an nomination d'un CAC. Publication des comptes annuels et communication à la préfecture.	Nomination d'un CAC. Publication des comptes et communication au min. de l'intérieur et à la préfecture. Rapport annuel sur l'emploi des fonds provenant des subventions.
Dispositif fiscal pour le donateur	Entreprises : réduction d'IS de 60 % du don (< 0,5% du CA HT). Particuliers : • réduction d'IR de 66 % du don (< 20 % du revenu imposable) ; • réduction d'ISF de 75 % du don (< 50 K€).	Entreprise(s) fondatrice(s) : réduction d'IS de 60 % du don (< 0,5% du CA HT). Salariés de l'entreprise fondatrice (et filiales intégrées) : réduction d'IR de 66 % du don (< 20 % du revenu imposable) ;	Idem FRUP.	Entreprises : réduction d'IS de 60 % du don (< 0,5% du CA HT). Particuliers : réduction d'IR de 66 % du don (< 20 % du revenu imposable)	Entreprises : réduction d'IS de 60 % du don (< 0,5% du CA HT). Particuliers : • réduction d'IR de 66 % du don (< 20 % du revenu imposable) ; • réduction d'IR de 75 % du don (< 521 €) pour les associations de bienfaisance.	Idem asso. loi 1901.

Structures généralistes

Administration	Fondation reconnue d'utilité publique (FRUP)	Fondation d'entreprise (FE)	Fondation sous égide (FSE)	Fonds de dotation (FDD)	Association loi 1901	Association reconnue d'utilité publique (ARUP)
Gouvernance	Soit conseil d'administration soit conseil de surveillance et directoire. Collèges obligatoires : fondateurs (<1/3) ; représentants de l'Etat (sauf option commissaire du gouvernement) ; personnalités qualifiées.	Conseil d'administration Collèges : entreprises fondatrices et représentants du personnel (<2/3) ; personnalités qualifiées (>1/3).	Selon le fonctionnement fixé par l'abritant. Suivi d'un représentant de l'org. abritant.	Conseil d'administration : composition libre avec au moins 3 membres nommés la 1ère fois par le ou les fondateurs. Comité consultatif : obligatoire si la dotation dépasse 1 M€.	Conseil d'administration élu par l'assemblée générale des membres. Composition libre.	Idem asso. loi 1901.
Tutelle	Ministère de l'Intérieur.	Préfecture	Organisme abritant.	Préfecture	Préfecture	Ministère de l'Intérieur.
Conditions de dissolution	Décision du conseil d'adm. ou du conseil de surv. ou retrait de la RUP ou en cas de non-respect des versements. Actif net attribué à un ou plusieurs ét. analogues, publics ou RUP ou à un ou plusieurs des établissements visés à l'art. 6 al.5 de la loi du 1 ^{er} juillet 1901.	Arrivée du terme ou retrait des fondateurs ou retrait de l'autorisation. Actif net attribué à un ou plusieurs ét. publics ou RUP dont l'activité est analogue.	Selon statuts de l'organisme abritant.	Statutaire ou volontaire ou judiciaire. Actif net attribué à un autre FDD ou à une FRUP ayant un objet proche de celui du fonds dissout.	Décision libre en AG. Décision de l'AG ou retrait de la RUP. Approbation du min. de l'intérieur par décret en Conseil d'Etat. Actif net attribué à un ou plusieurs ét. analogues, publics ou RUP, ou à un ou plusieurs des établissements visés à l'art. 6 al.5 de la loi du 1 ^{er} juillet 1901.	Décision de l'AG ou retrait de la RUP. Approbation du min. de l'intérieur par décret en Conseil d'Etat. Actif net attribué à un ou plusieurs ét. analogues, publics ou RUP, ou à un ou plusieurs des établissements visés à l'art. 6 al.5 de la loi du 1 ^{er} juillet 1901.

Structures spécialisées

	Fondation universitaire (FU)	Fondation partenariale (FP)	Fondation de coopération scientifique (FCS)	Fondation hospitalière (FH)
Création				
Bases juridiques	Art. L719-12 du Code de l'éducation ; décr. n°2008-326 ; textes sur la FRUP (à titre subsidiaire).	Art. L719-13 du Code de l'éducation ; textes sur la FE (à titre subsidiaire).	Art. L344-11 à L344-16 du Code de la recherche ; textes sur la FRUP (à titre subsidiaire).	Art. L6141-7-3 du Code de la santé publique ; décr. n°2014-956 ; textes sur la FRUP (à titre subsidiaire).
Objet	Affectation irrévocable d'un patrimoine au sein d'un ét. public d'enseignement supérieur ou de recherche (EPSCP ou EPCS) pour soutenir ses actions d'intérêt général et à but non lucratif conformes aux missions définies à l'art. L123-3 du Code de l'éducation.	Création par un EPSCP ou EPSC ou EPST d'une personne morale à but non lucratif en vue de soutenir ses actions d'intérêt général.	Affectation irrévocable d'un patrimoine à la réalisation d'une ou des activités définies aux art. L112-1 du Code de la recherche et L123-3 du Code de l'éducation (recherche scientifique, enseignement supérieur).	Affectation irrévocable de biens, droits ou ressources apportés par un ou plusieurs ét. publics de santé pour la réalisation d'une ou plusieurs œuvres d'intérêt général et à but non lucratif, afin de concourir aux missions de recherche mentionnées à l'article L6112-1 du Code de la santé publique.
Fondateurs	EPSCP ou EPCS + une ou plusieurs personnes physiques ou morales (dont au moins une personne de droit privé).	EPSCP ou EPCS ou EPST seuls ou avec toute personne physique ou morale, française ou étrangère.	Plusieurs établissements ou organismes publics ou privés dont au moins un EPSCP ou EPCS ou seulement une communauté d'universités et d'établissements mentionnés à l'article L711-2 du Code de l'éducation.	Etablissements publics de santé.
Procédure de constitution	Sur délibération du conseil d'administration de l'établissement fondateur.	Sur approbation des statuts par le recteur de l'académie. Publication au JORF.	Décret du min. chargé de la Recherche approuvant les statuts. Publication au JORF.	Approbation des statuts par le conseil de surveillance de l'ét. public de santé initiateur du projet puis par décret pris, après avis du dir. régional de santé sur rapport du min. de la Santé (+ du min. chargé de la Recherche si hôpital universitaire). Publication au JORF.
Personnalité juridique	NON	OUI	OUI	OUI
Durée	Illimitée sauf dotation consommable.	Déterminée ou indéterminée.	Idem FRUP. Durée déterminée si son objet est limité dans le temps.	Idem FRUP.

Structures spécialisées

	Fondation universitaire (FU)	Fondation partenariale (FP)	Fondation de coopération scientifique (FCS)	Fondation hospitalière (FH)
Financement				
Dotation	Dotation obligatoire. Consomptible dans la limite annuelle de 20 %. Fonds publics < 50 % (50 % au moins de ces fonds sont non consomptibles). Versement sur 5 ans maximum (reco.).	Idem FE.	Idem FRUP mais la dotation peut être composée en tout ou partie de fonds publics. Dotation partiellement consomptible (part non consomptible > 10 % de la dotation initiale ou à 1 M€ (si dotation initiale > à 10 M€)).	Dotation initiale obligatoire. Consomptible partiellement et dans la limite annuelle de 20 % (part non consomptible > 10 % de la dotation initiale ou à 1 M€ (si dotation initiale > à 10 M€)).
Ressources	Idem FRUP + fraction consomptible de la dotation.	Idem FE + dons et legs et appel à la générosité publique. Capacité d'abriter des fondations.	Idem FRUP. Budget peut être composé majoritairement ou en totalité de fonds publics.	Idem FRUP + fraction consomptible de la dotation.
Obligations comptables	Tutelle de l'établissement abritant. Nomination d'un CAC.	Nomination d'un CAC. Publication des comptes et communication au recteur de l'académie.	Publication des comptes et communication au ministre chargé de la Recherche. Nomination d'un CAC.	Publication des comptes et communication au dir. régional de santé.
Dispositif fiscal pour le donateur	Idem FRUP.	Idem FRUP.	Idem FRUP.	Idem FRUP.

Structures spécialisées

	Fondation universitaire (FU)	Fondation partenariale (FP)	Fondation de coopération scientifique (FCS)	Fondation hospitalière (FH)
Administration	Conseil de gestion. 3 collèges : représentants de l'établissement ; représentants des donateurs (<1/3) ; personnes qualifiées ; représentant des donateurs (facultatif). Recteur de l'académie (commissaire du gouvernement).	Conseil d'administration. Collèges obligatoires : Représentants du ou des ét. publics fondateurs (majoritaire) ; représentants des autres fondateurs (facultatif).	Conseil d'administration. Collèges : fondateurs (majorité) ; représentants des chercheurs ou enseignants chercheurs exerçant des fonctions au sein de la fondation ; personnalités qualifiées, représentants des collectivités territoriales et du monde économique (facultatif).	Conseil d'administration. Collèges : représentants de l'EP de santé fondateur ; personnalités qualifiées (facultatif). Dir. régional de santé (commissaire du gouvernement).
Gouvernance			Conseil scientifique obligatoire : personnalités scientifiques extérieures à la fondation.	Conseil scientifique obligatoire : personnalités médicales et scientifiques extérieures.
Tutelle	Etablissement abritant.	Recteur de l'académie.	Min. chargé de la Recherche.	Directeur régional de santé.
Conditions de dissolution	Décision du conseil d'administration de l'établissement abritant.	Arrivée du terme ou retrait des fondateurs ou retrait de l'autorisation. Actif net attribué à l'une ou à plusieurs de la ou des fondations universitaires ou partenariales créées par l'établissement ou, à défaut, à l'établissement lui-même.	Sur décision du conseil d'administration ou abrogation du décret approuvant les statuts ou dotation < 10% de la dotation initiale ou à 1 M€ (si dotation initiale > à 10 M€). Actif net attribué à des établissements publics ou RUP qui poursuivent une activité analogue à celle de la fondation.	Sur décision du conseil d'administration ou abrogation du décret approuvant les statuts ou dotation < 10% de la dotation initiale ou à 1 M€ (si dotation initiale > à 10 M€). Actif net attribué à une ou plusieurs fondations hospitalières ou, à défaut, un ou plusieurs établissements analogues, publics ou RUP. Approuvée ou prononcée par décret pris sur le rapport du min. de la Santé et, le cas échéant, du min. chargé de la Recherche.

Pour aller plus loin

- *Associations, fondations, congrégations, fonds de dotation 2014-2015* - Mémento pratique Francis - Lefebvre, 2014
- *Guide juridique et fiscal du mécénat et des fondations*, M^e Olivier Binder - Admical, 2007
- *Fonds de dotation : création, gestion, évolution*, M^e Lionel Devic - Le Juri'Guide - Juris Editions, 2009
- *Les Repères Admical n°9 : la fondation sous égide ou fondation abritée*, Admical, 2018

Etude de positionnement

(EXERCICE PRATIQUE)

A/ Les 8 questions à se poser

1/ Qui êtes vous ?

Qui porte le projet ? La structure de gestion

.....
.....
.....
.....

Quelle organisation pour la recherche de fonds ? Contact ?

.....
.....
.....
.....

2/ Quelles sont vos règles du jeu ? L'éthique

.....
.....
.....
.....
.....

3/ Quel est votre projet ? (10 lignes – 1 à 2 minutes)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4/ Quels sont vos publics?

Quantitatif : combien? Fréquentation prévisionnelle

.....
.....
.....
.....

Qualitatif : sectorisation (âge, CSP, origine géographique)

.....
.....
.....
.....
.....

5/ Quelle est votre zone rayonnement ?

Local

.....
.....
.....

Régional

.....
.....
.....

National

.....
.....
.....

International

.....
.....
.....

6/ Quel est votre plan de communication ? Votre image ?

Vos valeurs

.....
.....
.....
.....

Communication média : affichage, radio, TV, Internet, presse

.....
.....
.....
.....
.....

Communication hors média : relations presse, relations publiques, édition (de programme, affiches, invitations...), signalétique sur place

.....
.....
.....
.....
.....

7/ Quel est votre budget ?

Dépenses HT	Recettes HT
<ul style="list-style-type: none">- Production- Technique- Fonctionnement- Communication- Imprévus (= 5 à 10 %)	<ul style="list-style-type: none">- Apports/ recettes propres- Billetterie- Subventions publiques- Fonds privés

8/ Quelles contreparties à proposer ?

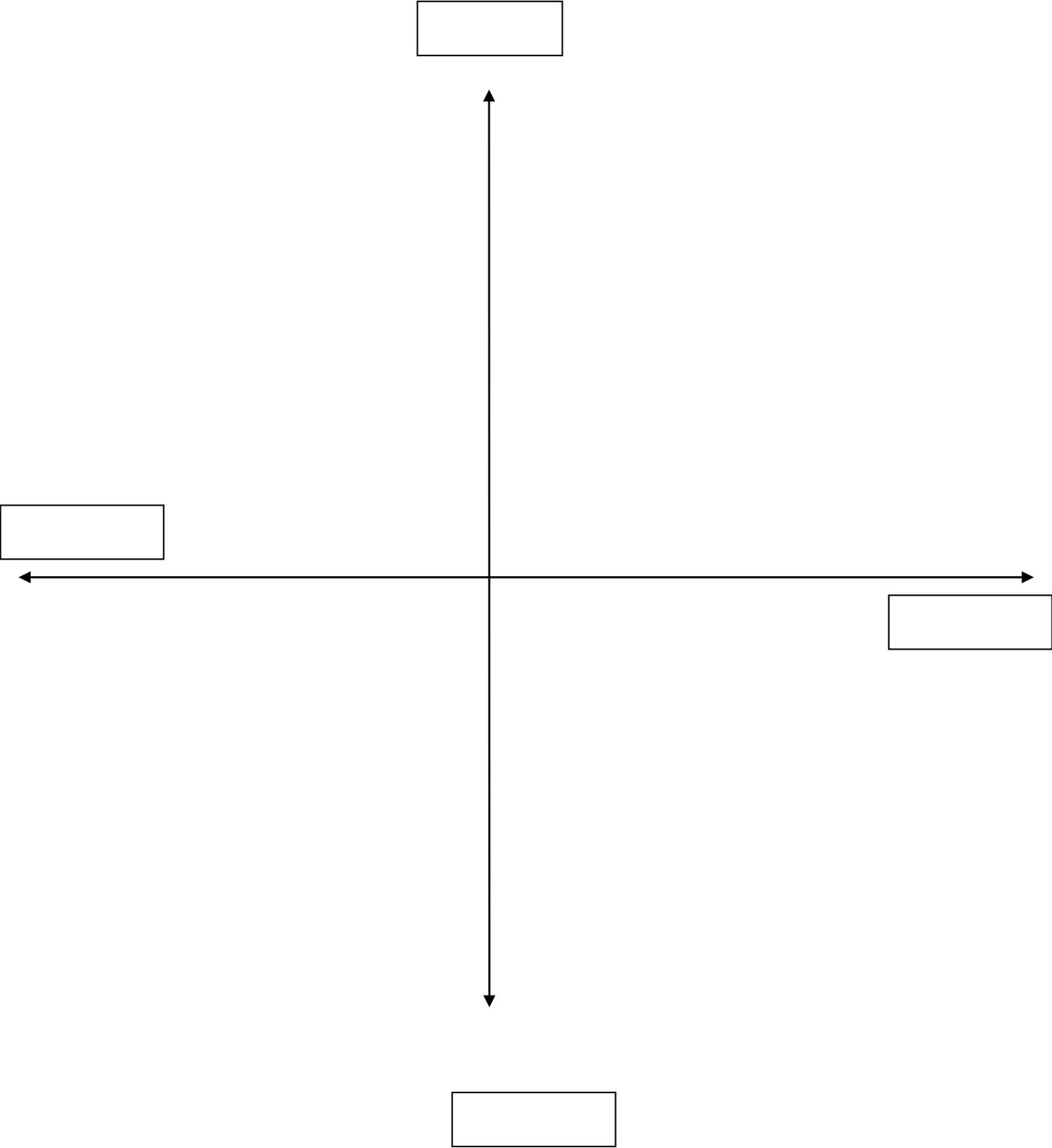
Contreparties matérielles

.....
.....
.....
.....
.....

Contreparties immatérielles

.....
.....
.....
.....

B/ Le mapping



C/ Le SWOT

1/ Remplir le tableau en fonction de votre situation en vous aidant du questionnaire précédent:

NB : La première partie Forces/Faiblesses, étudie les données internes et permet ainsi d'isoler **les avantages comparatifs**.

La seconde partie Opportunités/ Menaces, étudie quant à elle l'environnement du projet et son impact. Elle permet de faire ressortir les **facteurs clés de succès**.

Strengths/ Forces	Weaknesses/ Faiblesses
Opportunities/ Opportunités	Threats/ Menaces

2/ Identifiez 2 stratégies de développement de votre recherche de fonds privés:

NB : La mise en perspective des avantages comparatifs et des facteurs clé de succès aboutit sur plusieurs **stratégies** possibles :

- Forces-Opportunités : stratégies opportunistes
- Forces-Faiblesses : stratégies protectionnistes
- Forces-Menaces/ Faiblesses-Opportunités : stratégies hybrides

a).....
.....
.....
.....
.....

b).....
.....
.....
.....

Fiche signalétique

(OUTIL)

ENTREPRISE :

Contact

Nom :

Fonction :

Tel/fax

E-mail

Adresse :

ORIGINE (française / internationale)	
SECTEUR D'ACTIVITE	
DATE DE CREATION	
CHIFFRE D'AFFAIRES	
PRINCIPAUX MARCHES (zone géographique)	
NOMBRE DE SALARIES	
HISTORIQUE	
POLITIQUE DE MECENAT/ PARRAINAGE	
STRUCTURE CHARGÉE DU MECENAT fondation/ club d'entreprises/ association/	
DOMAINES D'INTERVENTION	
MODALITES D'INTERVENTION	
IMPLICATION DES SALARIES	
DEVELOPPEMENT STRATEGIQUE INTERNE (politique salariale, recrutement, communication interne...)	
DEVELOPPEMENT STRATEGIQUE EXTERNE (Notoriété, image, concurrence...)	
LES PRISES DE CONTACT AVEC L'ENTREPRISE	

Constituer un dossier

(OUTIL)

1. **Être clair** : 4 à 10 pages max, 1 à 2 idées fortes par page
2. **Se différencier** : innover, utiliser des supports variés (photos, CD, dessins, papier recyclé...)
3. **Etre complet** : QQQQC

Qui	Qui êtes vous ?	<ul style="list-style-type: none"> • Coordonnées du contact pour l'entreprise • Présentation de la structure (actualité et historique rapide) • Structure de gestion du projet • Acteurs du projet
	Votre légitimité par rapport au projet	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience, savoir-faire • Antécédents, reconnaissance déjà obtenue
	La notoriété	<ul style="list-style-type: none"> • De la structure du projet • Des acteurs du projet • Vos cautions
Quoi	Le contenu de votre projet	<ul style="list-style-type: none"> • Sa nature • Le but poursuivi (et explication de son origine) • Sa qualité • Son originalité et ses spécificités • Sa pérennité
	L'entourage de votre projet, vos cibles, vos publics	<ul style="list-style-type: none"> • Bien les connaître • Bien les évaluer (quantitativement et qualitativement)
Où	Le lieu	<ul style="list-style-type: none"> • Itinérance • Votre local
	Le rayonnement	<ul style="list-style-type: none"> • Local, régional, national, international
Quand	Votre calendrier prévisionnel	<ul style="list-style-type: none"> • Chronologie des différentes étapes • Où vous situez-vous aujourd'hui? • A quel moment sollicitez-vous l'aide de l'entreprise • Durée souhaitée du partenariat : court, moyen, ou long terme
Comment	Les acteurs soutenant le projet	<ul style="list-style-type: none"> • Qui : professionnels, pouvoirs publics, mécènes, particuliers, personnes morales, réseaux, journalistes • Comment vous aident-ils?
	Vos moyens de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Détaillez votre stratégie de communication (doit être claire) • Listez les moyens mis en œuvre (restez réaliste) • Proposez une sensibilisation de la presse sur le rôle des mécènes
	Les contreparties	<ul style="list-style-type: none"> • Identifiez les pistes qui pourraient potentiellement intéresser les entreprises... • Et celles que vous pourrez réellement offrir • Exemple : logo, dossier de presse, entrées gratuites, organisation d'événements pour l'entreprise, participation du personnel • Fixez les limites du partenariat (ingérence de l'entreprise)
	Votre budget	<ul style="list-style-type: none"> • Recettes-dépenses, prévisionnel, 2 colonnes équilibrées, hors taxe • Dépenses: répartition par poste, dépenses d'investissement et de fonctionnement, frais fixes • Recettes: propres (billets, ventes de produits), subventions (soutiens publics centraux, décentralisés, déconcentrés), mécénat attendu: (financier, apport en nature, mécénat de compétences...) • Préciser si vos besoins sont ou non pourvus • Dans les commentaires : décrire et hiérarchiser les besoins.

Préparer et gérer un entretien

(OUTIL)

Préparer l'entretien	Savoir qui sera présent	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Vous : Qui va au RDV ? De préférence 2 personnes. Savoir impliquer les bonnes personnes (ex : un passionné et un technique). 🔥 L'entreprise : mettre à jour son profil (actualités pertinentes, partenariats passés ou en cours et axes de la politique de mécénat,...) et connaître également le profil des personnes qui seront au RDV.
	Préparer la documentation nécessaire	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Descriptif du projet (éventuellement plus développé que votre dossier de demande de partenariat). 🔥 Brochure 🔥 Eléments financiers (comptes, budget,...) et fiscaux (rescrit, informations sur le dispositif fiscal,...) 🔥 Eventuellement une grille de contreparties.
	Préparer des éléments de discours	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Préparer l'ordre du jour 🔥 Préparer la proposition : anticiper le bon projet et le bon montant en fonction du profil de l'entreprise. 🔥 Toujours prévoir une proposition alternative en cas de crispation.
Gérer l'entretien	Avoir la bonne attitude	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Ecouter et poser des questions engageantes. 🔥 Etre clair/simple/concis 🔥 Eliminer de votre langage le jargon professionnel qui pourrait perdre votre interlocuteur. 🔥 Montrer de l'enthousiasme. 🔥 Etre passionné. 🔥 Etre proactif : être force de proposition.
	Défendre efficacement son projet	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Savoir comment démarrer la discussion : trouver des points d'accroche 🔥 Contextualiser votre demande 🔥 Formuler votre besoin et la manière dont vous pensez y faire face (mentionner notamment les partenaires existants ou éventuels). 🔥 Faire le lien entre ce besoin et les intérêts de votre interlocuteur : faites lui une proposition précise (projet concerné, budget demandé, contreparties proposées). 🔥 Mettre en avant les bénéfices que l'entreprise pourra retirer de ce partenariat. 🔥 Etre réactif : savoir rebondir en fonction des attentes de l'interlocuteur
	Gérer la réponse	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 La réponse est « oui » : <ul style="list-style-type: none"> • Confirmer/reformuler. • Remercier : savoir être enthousiaste même si l'engagement pris est en deçà de vos attentes. • Discuter des questions financières (échancier) et fiscales que cela entraîne. 🔥 La réponse est « peut-être » : <ul style="list-style-type: none"> • Tester les domaines d'hésitation et tenter d'éliminer les points de blocage. • Collecter des informations complémentaires. 🔥 La réponse est « non » : <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre s'il s'agit d'un non définitif ou s'il peut y avoir une possibilité de partenariat dans le futur. • Rester avenant malgré tout : un premier contact a été établi, c'est déjà un grand pas ! Ne gâchez pas une relation qui pourrait évoluer positivement dans le futur. • Chercher une stratégie de contournement.
Et après ?	Remercier	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Envoyer une lettre/un email de remerciement quelque soit l'issue de l'entretien.
	Assurer le suivi	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 Préparer/négocier la convention de mécénat : soyez proactif ! 🔥 Assurer le suivi administratif (reçu de don,...) 🔥 Gérer et respecter les contreparties.

Plan d'actions

Actions	Étapes	Responsable	Début	Fin	Objectifs	Résultats concrets

Pour aller plus loin

(REFERENCES UTILES)

Outils Admical

- ✎ Notre site Internet : www.admical.org
Vous y retrouverez l'actualité du mécénat, des outils juridiques, nos études, les dates de nos évènements, nos publications gratuites...
- ✎ Nos publications :
 - *Le e-Répertoire des mécènes*
 - *Mécènes sans frontières : comment les entreprises s'engagent à l'international*, Laure Chaudey
 - *Le mécénat valeur actuelle*, Nicolas Simon et Marianne Eshet
 - *Revue entreprises&mécénat*
 - Les Repères Admical n°4 – Les produits-partage
 - Les Repères Admical n°10 – Entreprises et trésors nationaux
 - Les Repères Admical n°13 – L'achat d'œuvres d'artistes vivants et d'instruments de musique

Documentation juridique

Code général des impôts

- ✎ Article 39-1 7° : parrainage
- ✎ Article 200 : mécénat des particuliers
- ✎ Article 238 bis : mécénat des entreprises
- ✎ Article 238 bis-0 A : versement effectué par une entreprise à l'Etat pour permettre l'acquisition d'un trésor national ou d'une œuvre d'intérêt patrimonial majeur au profit de collections publiques.
- ✎ Article 238 bis-0 AB : acquisition par une entreprise d'un trésor national pour son propre compte.
- ✎ Article 238 bis AB : acquisition par une entreprise d'œuvres originales d'artistes vivants, ou d'instruments de musique destinés à être prêtés à des interprètes professionnels.

Instructions fiscales (2000 et 2006)

- ✎ BOI 4 C-2-00 n° 86 du 5 mai 2000 relative aux versements effectués au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général (contreparties).
- ✎ BOI 13 L-5-04 n° 169 du 19 octobre 2004 concernant la garantie accordée à certains organismes habilités à recevoir des dons ("rescrit fiscal").
- ✎ BOI 4 C-5-04 n°112 du 13 juillet 2004 relative aux mesures visant à encourager le mécénat d'entreprises.
- ✎ BOI 5 B-1-04 n°1 du 5 janvier 2004 sur les modalités d'établissement des reçus fiscaux.
- ✎ BOI 4 H-5-06 n°208 du 18 décembre 2006 relative au régime fiscal d'ensemble des organismes sans but lucratif, à la définition de la gestion désintéressée de ces organismes, et à l'exonération d'impôt sur les sociétés des revenus patrimoniaux des fondations reconnues d'utilité publique.



© Admical – Tous droits réservés
Association reconnue d'utilité publique
6 boulevard Saint Denis 75010 Paris
01 42 55 20 01
www.admical.org