



**Centre Régional  
de Ressources  
du Développement  
Rural**

Av. de la Clairette - 26150 DIEULEVAULT

● Tél. 04 75 22 14 89

● Fax 04 75 22 10 11

## **REPERES POUR AGIR - LES FICHES DU CRDR** INFORMATION

### **[N°7] → MÉCÉNAT ET PARRAINAGE, DES FINANCEMENTS PRIVÉS POUR LES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT LOCAL**

Mécénat et parrainage sont devenus des sources de financement courants d'évènements ou de projets liés au sport, à l'environnement, l'éducation, l'art et la culture, au social, à la citoyenneté...

Soumis à l'obligation de diversifier les sources de financement de leurs actions, les agents de développement peuvent solliciter des partenaires privés et doivent pour cela connaître leur culture et leurs contraintes.

Le financement apporté par un acteur privé peut prendre la forme d'une action de mécénat ou de parrainage. La différence entre les deux n'existe pas du point de vue juridique mais apparaît au niveau fiscal pour les donateurs et les bénéficiaires. Il est utile de comprendre de ce qui distinguent les deux pour savoir qui solliciter et comment.

Cette fiche tient compte des nouvelles incitations apportées par la loi du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations.

Très sollicités, mécènes et parrains ne sont pas toujours faciles à repérer et à contacter. Certains sont regroupés dans des associations ou instituts, d'autres ont créé une fondation d'entreprise ou sont sous l'égide d'une fondation reconnue d'utilité publique. Leur mode de sollicitation n'est donc pas toujours direct et il est nécessaire d'identifier les mécènes et parrains susceptibles de soutenir les projets.

Un bon repérage et quelques principes élémentaires de contractualisation permettront d'envisager un partenariat et un soutien efficace des actions de développement local.

→ Cette fiche se propose donc de :

- définir les termes de mécénat et parrainage
- fournir des pistes pour trouver des mécènes et parrains et connaître leur politique
- indiquer quelques principes élémentaires pour solliciter un mécène

## DÉFINIR LES TERMES DE MÉCÉNAT ET PARRAINAGE

Les termes de **mécénat**, **parrainage** et **sponsoring** ne sont pas clairement définis juridiquement. Ils ont les mêmes champs d'intervention mais se distinguent par l'existence ou non de retombées commerciales quantifiables que l'entreprise peut retirer des dépenses qu'elle a engagées. C'est le régime fiscal applicable à chacun qui permet de les différencier plus nettement.

- Le mécénat se raisonne en terme de générosité, c'est un don. Il répond à une stratégie institutionnelle de valorisation sociale de l'entreprise.
- Le parrainage est intéressé et se raisonne en terme de rentabilité ; c'est une stratégie économique de valorisation de la marque ou des produits.
- Le sponsoring est un contrat de publicité avec une entreprise ; ses attentes en contrepartie de la somme versée sont fortes en terme de diffusion d'image, de marque, de notoriété. L'attente en retour d'image est plus forte dans le sponsoring que dans le parrainage.

La législation française a substitué au terme « sponsoring » le terme parrainage. Dans cette fiche, les termes « sponsoring » et « parrainage » seront donc confondus.



### MECENAT

Selon l'arrêté du 6 janvier 1989, le mécénat est « un soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ».

- **L'organisme bénéficiaire du don** ne peut être qu'une personne morale. Il doit être d'intérêt général ; cette notion a été définie par l'instruction du 26 février 1988 du ministère des finances : « Sont exclus les dons faits à des entreprises et à des associations qui exercent une activité économique ».

Aujourd'hui, qui peut bénéficier du mécénat ?

- les fondations ou associations reconnues d'utilité publique
- les œuvres ou organismes d'intérêt général, sans condition d'agrément : entrent dans cette catégorie les associations loi 1901 dont la gestion est désintéressée (celles non assujetties à la TVA en totalité ou par secteurs, ainsi que celles assujetties qui ont pour activité principale, le spectacle vivant, la musique et le cinéma)
- certains établissements d'enseignement publics ou privés agréés
- l'Etat, ses établissements publics, et les collectivités territoriales

→ La loi 2003-721 sur l'initiative économique étend le champ des nouveaux organismes bénéficiaires de dons ouvrant droit à réduction d'impôts. Les entreprises peuvent désormais effectuer des actions de mécénat au profit d'organismes, dont l'objet exclusif est de verser des aides financières permettant la réalisation d'investissements en faveur des petites et moyennes entreprises ou de fournir des prestations d'accompagnement à des petites et moyennes entreprises. Les entreprises existantes peuvent donc ainsi s'impliquer financièrement dans le développement économique de leur environnement local et bénéficier des réductions d'impôt de la loi relative au mécénat du 1<sup>er</sup> août 2003.

- **Le soutien apporté** par le mécène doit faire preuve d'une certaine discrétion. La dépense ne doit générer aucune contrepartie directe ou indirecte. Depuis la loi de finances 2000 (art. 17), le nom de l'entreprise versante peut être associé aux opérations réalisées par l'organisme bénéficiaire sans toutefois tomber dans le cadre de prestations publicitaires, auquel cas l'acte ne sera plus considéré comme un don et le régime du parrainage sera appliqué. L'association du nom de l'entreprise versante doit se limiter 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. 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 versées et la valorisation de la prestation rendue. Le montant des contreparties autorisées est aujourd'hui limité à 25% du montant total du don.
- Les dons effectués par les mécènes peuvent revêtir des formes diverses :
  - numéraire
  - nature
  - technologique
  - de compétences
  - partenariat média

## PARRAINAGE

Selon l'arrêté du 6 janvier 1989, le parrainage est un soutien matériel apporté à une manifestation, une personne, un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

- **Les opérations de parrainage** sont destinées à promouvoir l'image du parrain et comportent l'indication de son nom ou de sa marque. C'est une action de communication pour l'entreprise en vertu de laquelle elle s'engage contractuellement à apporter un soutien financier ou autre dans le but d'associer de façon positive son image, son identité, ses marques, ses produits ou ses services, à l'événement, l'activité, l'organisation ou l'individu bénéficiaire.
- Le parrainage permet aux entreprises de diffuser un message de portée générale. Il n'est pas de la publicité pure dans le sens où il permet l'organisation d'événements et d'activités qui n'auraient pas été possible autrement. Mais il se distingue du mécénat qui n'autorise aucune contrepartie.  
L'aide accordée à un parrainé entraîne certaines obligations. Elles peuvent se résumer à la promotion de l'entreprise (indication sur un panneau, une plaquette) ; ces contreparties sont à négocier avec le parrain.
- **Les dépenses de parrainage** sont assimilées à des dépenses de nature publicitaire et sont ainsi traitées comme frais généraux auxquels s'applique le code général des impôts. Selon ce même code (Art. 39-1-7°), le terme de parrainage doit être réservé aux « dépenses engagées dans le cadre de manifestations de 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, lorsqu'elles sont exposées dans l'intérêt direct de l'exploitation ».  
Le parrainage répond à une démarche commerciale explicitement calculée et raisonnée ; sa retombée doit être quantifiable et proportionnée à l'investissement initial. Les dépenses engagées doivent être en rapport avec l'avantage attendu et ne doivent pas être excessives par rapport au bénéfice attendu.
- L'aide reçue est assujettie à la TVA dans la mesure où elle peut être assimilée à un acte de prestation, et dès lors qu'elle n'entre pas dans le cadre des six manifestations exonérées de TVA.

## FONDATION

Le mécénat peut être mis en œuvre soit directement par une entreprise, soit par le biais d'une fondation.

→ Le terme de fondation désigne l'acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif.

Il existe trois types de fondation :

### • Les fondations reconnues d'utilité publique

Les biens qui y sont affectés le sont de façon irrévocable. La fondation reconnue d'utilité publique a donc le caractère d'une institution pérenne dont la reconnaissance fait l'objet d'un décret en Conseil d'Etat. Elle peut recevoir des dons, legs, subventions publiques et privées, vendre des produits liés à son objectif. Les revenus de la dotation initiale et les dons reçus assurent son indépendance et garantissent son fonctionnement régulier.

### • Les fondations d'entreprise

Les fondations d'entreprise favorisent un mécénat d'entreprise durable. Elles se distinguent de la fondation reconnue d'utilité publique par une durée de vie limitée et une capacité juridique moins étendue. Elles ne peuvent pas recevoir de legs, ni faire appel à la générosité publique. Mais elles peuvent, depuis 2003, bénéficier des dons de leurs salariés. Elles sont constituées après une simple autorisation administrative. La fondation d'entreprise est le cadre dans lequel une entreprise peut exercer son action de mécénat. Cependant, elle peut avoir une action de mécénat sans avoir créée une fondation.

### • Les fondations abritées

A ce jour, une dizaine de fondations reconnues d'utilité publique – dont la Fondation de France, l'Institut de France, la Fondation du Patrimoine... ont inscrit dans leur statut la possibilité d'abriter des "comptes fondations". Leurs donateurs effectuent un versement à caractère irrévocable en vue d'une œuvre d'intérêt général. L'établissement reconnu d'utilité publique sera chargé de la fonction de gestion directe. Tous les dons effectués sur ces comptes bénéficient des avantages fiscaux attachés aux fondations. Cette formule permet une mutualisation des frais de gestion.

→ La loi du 1er août 2003 sur le mécénat apporte des incitations au développement des fondations. Elle allège la fiscalité des fondations reconnues d'utilité publique, facilite leur création et réduit les délais de reconnaissance de l'utilité publique.

→ Quelle que soit la fondation, il s'agit toujours d'argent privé mis à disposition d'une cause publique. Leurs fonds sont un des moyens d'actions parmi d'autres : l'information, la sensibilisation, la formation.

## LES PRINCIPAUX TEXTES DE LOI

**La loi du 1<sup>er</sup> août 2003** relative au mécénat, aux associations et aux fondations permet d'encourager plus systématiquement les initiatives privées des entreprises et des particuliers en faveur de toutes les causes d'intérêt général. Elle ouvre droit à une réduction d'impôt amplifiée sur les dons.

- Pour les particuliers, la réduction d'impôt est égale à 60 % des sommes versées, retenues dans la limite annuelle de 20 % du revenu imposable. Ce seuil est doublé par rapport à la situation antérieure. En outre, si le plafond de 20 % des revenus est dépassé, le bénéfice de la réduction peut être reporté sur les 5 années suivantes. Par ailleurs, les salariés dont l'entreprise ou le groupe ont une fondation sont désormais autorisés à bénéficier des avantages fiscaux pour tous les dons apportés à cette fondation.
- Pour les entreprises, les dépenses de mécénat ouvrent droit à une réduction d'impôt de 60 % sur le montant de l'impôt sur les sociétés (...ou de l'impôt sur le revenu de l'entreprise dont la forme sociale entraîne ce type d'imposition : BIC, BNC, BA) pour les dons affectés aux œuvres et organismes d'intérêt général, dans la limite d'un plafond de 0,5 % du chiffre d'affaires, avec possibilité d'utilisation de l'excédent (si dépassement du seuil) pour le paiement de l'impôt dû au titre des cinq exercices suivants. Le report est identique en cas d'exercice non bénéficiaire.

→ Consultez sur le site <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/politique/mecenat/mecenat.htm> les modifications apportées par la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 : textes utiles, avantages pour les entreprises et les particuliers, réflexions et discours, contacts.

### Autres textes de références :

- Loi n°87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat
- Loi du 4 juillet 1990 sur la création des fondations d'entreprises et décret d'application du 30 septembre 1991
- Instruction fiscale du 26 avril 2000
- Loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 sur les musées et l'encouragement au mécénat d'entreprise
- Loi 2003-709 du 1<sup>er</sup> août 2003 et décret 2004-185 du 24 février 2004
- Code général des impôts

## TROUVER DES MECENES ET PARRAINS ET CONNAITRE LEUR POLITIQUE

### ADMICAL – ASSOCIATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DU MÉCÉNAT INDUSTRIEL ET COMMERCIAL

- L'Admical est un organisme indépendant à but non lucratif reconnu d'utilité publique qui a pour objet de promouvoir le mécénat d'entreprise en France dans les domaines de la culture, de la solidarité et de l'environnement. L'Admical ne délivre aucune aide financière que ce soit en son nom propre ou pour le compte d'entreprises et ne joue pas le rôle d'intermédiaire entre les porteurs de projet et les entreprises.
- L'association a élaboré des outils et des services consacrés à la recherche de fonds (publications, formations). Elle édite, tous les deux ans, le **Répertoire du Mécénat** recensant l'ensemble des entreprises mécènes et fondations d'entreprises actives en France. [Répertoire du mécénat d'entreprise 2004, Admical, 79€ frais de port compris]. **Le Répertoire est partiellement consultable sur Internet** : il présente les politiques des 200 principales entreprises mécènes françaises (recherche par mécène ou par domaine). Les coordonnées des mécènes ne sont pas communiquées ; le répertoire est consultable dans les DRAC et auprès du CRDR.
- ADMICAL – Association pour le développement du mécénat industriel et commercial  
16 rue Girardon – 75018 Paris  
tél. : 01.42.55.20.01 – Fax : 01.42.55.71.32  
[contact@admical.org](mailto:contact@admical.org) - <http://www.admical.org>  
Correspondants Rhône-Alpes : Nicole GUIDICELLI, responsable des relations médias au Musée Gadagne à Lyon et Florence VAN TUIJN, communication institutionnelle du Groupe Casino à Saint Etienne

### FONDATION DE FRANCE – DÉLÉGATION RÉGIONALE RHÔNE-ALPES

- Cette fondation privée reconnue d'utilité publique abrite des fondations d'entreprises et recueille des dons et des legs. Elle définit des programmes d'intervention précis pour donner le maximum d'efficacité aux moyens financiers qui lui sont confiés. Elle se concentre sur des initiatives locales dans les domaines des solidarités, de la santé et de l'environnement.
- Son intervention peut prendre plusieurs formes : financement, appui méthodologique, conseil d'experts, recherche, outils de mise en réseau tels que publications et colloques. Elle diffuse chaque année **un document présentant les programmes prévus** dans l'année et lance régulièrement **des appels à projets**. Sur son **site Internet, un moteur de recherche** permet de trouver des pistes de soutien envisageable en fonction de son statut, du domaine d'activité et du type d'aide sollicité.
- Fondation de France – Délégation régionale Rhône-Alpes  
19 rue de l'Arbre sec – 69001 Lyon  
Tél : 04.72.10.92.30 – Fax : 04.72.10.92.39  
[rhone@fdf.org](mailto:rhone@fdf.org) - <http://www.fdf.org>  
Délégué régional : Floriant Covelli

#### INSTITUT DE FRANCE

- L'institut de France est le regroupement de cinq académies. Il a pour missions de perfectionner les arts et les sciences selon le principe de pluridisciplinarité et de gérer le millier de dons, legs et fondations dont il est dépositaire, se donnant ainsi les moyens d'exercer la première de ses missions.
- L'objet des dons et legs est multiple et tend à soutenir : les jeunes, la recherche scientifique, le patrimoine naturel, le patrimoine culturel, les actions humanitaires. Les **prix** de l'institut de France et les prix des académies peuvent être consultés sur son **site Internet** par ordre alphabétique ou par ordre thématique (arts, culturel, éducation, environnement, lettres, patrimoine, philanthropie, sciences).
- Institut de France - Service des Prix et Fondations  
23, quai Conti - 75006 PARIS  
[fondations@institut-de-france.fr](mailto:fondations@institut-de-france.fr) - <http://www.institut-de-france.fr>

#### INSTITUT DU MÉCÉNAT DE SOLIDARITÉ

- L'IMS est un organisme à but non lucratif financé par les cotisations de ses entreprises adhérentes. Sa mission est d'encourager et d'accompagner les entreprises dans leurs initiatives de responsabilité sociale.
- L'IMS ne recueille ni ne distribue de fonds, mais favorise le lien entre associations et entreprises grâce à une **banque de données de projets associatifs** concrets, fiables et pérennes qu'il présente aux entreprises membres lorsqu'elles recherchent un projet de ce type. Chaque association peut donc enregistrer son dossier dans cette base de données sur son **site Internet**. La **liste des entreprises adhérentes** à l'institut et leur **politique de responsabilité sociale** sont également consultables sur son site.
- Institut du Mécénat de Solidarité—Entreprendre pour la Cité  
84, rue d'Amsterdam - 75009 Paris  
Tél : 01.43.87.52.52 – Fax : 01.43.87.31.31  
[associations@imsentreprendre.com](mailto:associations@imsentreprendre.com) - <http://www.imsentreprendre.com>  
IMS Rhône-Alpes  
Immeuble le Rhône-Alpes—235, cours Lafayette—69006 Lyon  
Tél. : 04 72 74 46 03 - Fax. : 04 72 83 29 03  
[rhone-alpes@imsentreprendre.com](mailto:rhone-alpes@imsentreprendre.com)

#### LA FONDATION DU PATRIMOINE

- Créée par la loi du 2 juillet 1996, la Fondation du Patrimoine est un organisme privé indépendant à but non lucratif dont la vocation est de défendre et de valoriser un patrimoine en voie de disparition non protégé par l'Etat, le " patrimoine de proximité ", qui est un patrimoine non classé ou inscrit.
- Assumant une mission d'intérêt général, la Fondation du Patrimoine peut venir en aide aussi bien aux associations qu'aux propriétaires privés ou aux collectivités locales dans leur effort pour défendre et valoriser le patrimoine de proximité. Pour ce faire, elle dispose d'un certain nombre de moyens légaux et fiscaux et s'est vue reconnaître une responsabilité particulière dans la coordination d'un certain nombre d'initiatives lancées par des acteurs locaux : **label fiscal, subvention de projets, souscription, convention**. La Fondation du Patrimoine, grâce à son statut d'association reconnue d'utilité publique, peut recevoir des dons de particuliers ou d'entreprises affectés à un projet ; ceux-ci donnent lieu à des déductions fiscales au titre de l'impôt sur le revenu pour les particuliers et de l'impôt sur les sociétés. C'est ainsi que, par l'intermédiaire de la Fondation du patrimoine, une commune ou une association peut faire appel à la générosité publique. L'accord préalable du délégué départemental est nécessaire pour la mise en place de ce genre d'opérations qui donne lieu à la signature d'une convention entre les parties.
- Fondation du Patrimoine  
5 rue Auguste Vacquerie - 75116 PARIS  
tél. : 01 53 67 76 00 - fax : 01 40 70 11 70  
[info@fondation-patrimoine.com](mailto:info@fondation-patrimoine.com) - <http://www.fondation-patrimoine.com>  
Coordonnées de la délégation régionale Rhône-Alpes :  
M. RIVOIRE Michel - Fondation du Patrimoine  
55 avenue Galline BP 1353 - 69609 Villeurbanne cedex  
Tel : 04 72 44 45 28 - Fax : 04 72 44 45 29  
[delegation-rhone-alpes@fondation-patrimoine.com](mailto:delegation-rhone-alpes@fondation-patrimoine.com)

#### GUIDE DES FONDATIONS

- Il s'agit d'une base de données d'adresses de sites web de fondations francophones.
- **Le site Internet** regroupe 205 fondations, classées par ordre alphabétique. **Un guide** regroupant 411 fondations, classées par ordre alphabétique et selon leurs domaines d'action est en vente auprès de l'éditeur (édition 2003, 180 pages, 39€).
- Martin Editeur  
12 rue Paez - 06200 Nice  
<http://www.fondations.com>

## QUELQUES PRINCIPES ELEMENTAIRES POUR SOLLICITER UN MECENE

Ci-dessous quelques conseils simples. Il ne s'agit en aucun d'un cheminement obligatoire et validé par les mécènes. Ces recommandations ne sont pas exhaustives et peuvent être complétées par toutes autres informations jugées utiles à la compréhension du projet.

- Choisir la forme du soutien et de l'engagement que vous êtes prêt à avoir en contrepartie de la somme perçue.
- Effectuer une première sélection des organismes susceptibles d'être intéressés par votre projet à partir des bases de données citées précédemment. Les entreprises mécènes ont déjà défini une stratégie dans laquelle votre projet s'insère ou non.
- Contacter les environ un an avant la date de réalisation du projet.
- Rédiger une note de synthèse précise et claire présentant votre projet et son contexte, son bien-fondé. Indiquer le rayonnement géographique et le public touché, et ce que vous attendez du mécène ou du parrain. Joindre également un dossier présentant la structure et ses autres réalisations.
- Etablir un plan de financement et mentionner les autres partenaires financiers.
- Si vous obtenez un financement, signez une convention entre donateur et bénéficiaire précisant le montant de l'aide, sa durée et la nature des contreparties\*.

*\*En cas de contrôle fiscal, l'entreprise pourra prouver la fameuse « disproportion marquée » entre les sommes versées et les contreparties reçues.*

Même si la convention de mécénat n'est pas obligatoire, elle est vivement conseillée par l'Admical qui préconise d'y inclure les clauses suivantes : définition des cocontractants, objet de la convention, définition du projet, obligations du mécène, obligations du bénéficiaire, droits d'auteur, exclusivité ou co-partenariat, durée de la convention, assurances, résiliation, litige. Extrait du site <http://www.admical.org> rubrique Droit et fiscalité pour les entreprises – Convention de mécénat.

*Voir également la fiche du CRDR Repères pour agir n°4 : guide de rédaction d'un cahier des charges.*

- Garder contact avec vos mécènes et parrains et faites leur part des bilans annuels de réalisation des actions.